

ÖZET

BİR UYGUN MÜŞTERİ KİTLESİ BELİRLEME SİSTEMİ

- 5 Bu buluş, pazarlama amaçlı müşteri kitlesi belirlenmesini ve belirlenen müşteri kitlesinin mümkün olduğunca belirleyici ve seçici olmasını sağlayan bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1) ile ilgilidir.

İSTEMLER

1. Pazarlama amaçlı müşteri kitlesi belirlenmesini ve belirlenen müşteri kitlesinin mümkün olduğunca belirleyici ve seçici olmasını sağlayan;
5 firma dahilinde bulunan ve firma müşterilerinden toplanan verileri kayıt altında tutan en az bir veri ambarı (2),
veri ambarı (2) ile iletişim halinde olan ve veri ambarı (2) içerisindeki verileri okuyarak metrik hesaplaması ve mevcut metriklerin sadeleştirilmesini gerçekleştiren en az bir metriklendirme birimi (3),
10 metriklendirme birimi (3) iletişim halinde olan ve metriklendirme birimi (3) tarafından hesaplanan metrikleri müşteri bazlı olarak kayıt altında tutan en az bir metrik veri tabanı (4) içeren ve
metrik veri tabanı (4) ile iletişim halinde olan ve bir istemci cihaz (CD) üzerinden sunulan bir ara yüz vasıtasıyla kullanıcılarla iletişime geçen ve
15 kullanıcılar tarafından ara yüz vasıtasıyla girilen metrik sorgu taleplerini alarak kullanıcı kimliğine bağlı olarak kayıt altına alan, söz konusu sorgu talebi doğrultusunda metrik veri tabanına (4) bağlanarak metrik veri tabanından (4) ilgili sorgulama işlemini gerçekleştiren ve sorgu işlemi sonucunda bir müşteri listesi elde eden en az bir metrik sunucusu (5),
20 veri ambarı (2) ile iletişim halinde olan ve veri ambarı (2) içerisindeki müşteri verilerinden öğrenme algoritmaları kullanarak her bir müşteri için profil ve skor değerleri üreten en az bir mikro profil oluşturma birimi (6) ve
metrik sunucusu (5) ve mikro profil oluşturma birimi (6) ile iletişim halinde olan, bir istemci cihaz (CD) üzerinden sunulan bir ara yüz vasıtasıyla kullanıcılarla iletişime geçen ve kullanıcılar tarafından metrik sunucusu (5) üzerinden belirlenen müşteri listesini alarak mikro profil oluşturma birimi (6) tarafından üretilen profil skorlarına göre belirli bir sayıda müşteri içeren bir müşteri listesi belirleyen ve belirlenen müşteri listesinin ara yüz üzerinden kullanıcılara sunulmasını sağlayan en az bir

aynalama birimi (7) ile karakterize edilen bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).

- 5 2. Metriklendirme birimi (3) ve mikro profil oluşturma birimi (6) ile iletişim halinde olan ve firma müşterilerinden toplanan verileri kayıt altında tutan veri ambarı (2) ile karakterize edilen İstem 1'deki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 10 3. Veri ambarı (2), metrik veri tabanı (4) ve metrik sunucusu (5) ile iletişim halinde olan metriklendirme birimi (3) ile karakterize edilen İstem 1 veya 2'deki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 15 4. Metrik sunucusu (5) tarafından istemci cihaz (CD) üzerinde sunulan ara yüz vasıtasıyla alınan kullanıcı talimatlarına bağlı olarak veri ambarı (2) içerisindeki verileri okuyarak metrik hesaplaması ve mevcut metriklerin sadeleştirilmesini gerçekleştiren metriklendirme birimi (3) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 20 5. Metrik hesaplamasını gerçekleştirdikten sonra metrik veri tabanına (4) bağlanarak hesaplanan metriğe ilişkin bilgileri veri tabanı (4) içerisinde kayıt altında alan metriklendirme birimi (3) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 25 6. Müşteriler ile ilgili sahip olunan bilgileri ve bu bilgiler üzerinden hesaplanmış olan değerleri içeren metriklerin hesaplanmasını gerçekleştiren metriklendirme birimi (3) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 30

7. Kullanıcı tarafından istenilen özelliklere sahip olan müşterilerin listelerinin elde edilebilmesi amacıyla birden fazla metriği bir koşul haline getiren metriklendirme birimi (3) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).

5

8. Metriklendirme birimi (3) ve metrik sunucusu (5) ile iletişim halinde olan ve içerisinde metriklendirme birimi (3) tarafından hesaplanan metriklerle ilişkin bilgileri müşteri bazlı olarak altına tutan veri tabanı (4) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).

10

9. Metrik veri tabanı (4) ve aynalama birimi (7) ile iletişim halinde olup bir istemci cihaz (CD) üzerinden sunulan bir ara yüz vasıtasıyla kullanıcılarla iletişime geçebilen metrik sunucusu (5) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).

15

10. Kullanıcılar tarafından ara yüz vasıtasıyla girilen metrik sorgu taleplerini alarak söz konusu sorgu taleplerini kullanıcı kimliğine bağlı olarak kayıt altına alan metrik sunucusu (5) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).

20

11. Veri tabanında (4) kullanıcı tarafından gerçekleştirilen sorgulama işlemini gerçekleştirerek sorgu sonucu elde edilen müşteri listesini aynalama birimine (7) gönderen metrik sunucusu (5) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).

25

30

12. Veri ambarı (2) ve aynalama birimi (7) ile iletişim halinde olan mikro profil oluşturma birimi (6) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 5 13. Veri ambarı (2) içerisindeki müşteri verilerinden öğrenme algoritmaları kullanarak her bir müşteri için profil ve skor değerleri üreten ve üretilen bu bilgileri içerisinde kayıt altına alan mikro profil oluşturma birimi (6) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 10 14. Aynalama biriminden (7) gelen talep doğrultusunda müşteriler için oluşturulan profil ve skor değerlerine ilişkin verileri aynalama birimine (7) gönderen mikro profil oluşturma birimi (6) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 15 15. Müşterilerin kendilerine önerilen kampanyalara olumlu ya da olumsuz dönüş yapmalarına ilişkin bilgileri dış sistemlerden toplayarak içerisinde kayıt altına alan mikro profil oluşturma birimi (6) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 20 16. İçerisinde kayıt altına alınan müşterinin önerilen kampanyaya olumlu ya da olumsuz dönüş yapmasına ilişkin bilgileri daha sonraki profil skoru oluşturma işleminde göz önüne alan mikro profil oluşturma birimi (6) ile karakterize edilen İstem 15'teki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).
- 25 17. Metrik sunucusu (5) ve mikro profil oluşturma birimi (6) ile iletişim halinde olup bir istemci cihaz (CD) üzerinden sunulan bir ara yüz vasıtasıyla kullanıcılarla iletişime geçebilen aynalama birimi (7) ile
- 30

karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).

- 5
- 10
- 18.** Ara yüz üzerinden alınan kullanıcı talebine bağlı olarak metrik sunucusu (5) tarafından elde edilen müşteri listesini ve mikro profil oluşturma birimi (6) tarafından müşteriler için oluşturulan profil ve skor değerlerine ilişkin verileri alarak profil skorlarına göre belirli bir sayıda müşteri içeren bir müşteri listesi belirleyen ve belirlenen müşteri listesinin ara yüz üzerinden kullanıcılara sunulmasını sağlayan aynalama birimi (7) ile karakterize edilen yukarıdaki istemlerden herhangi birindeki gibi bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1).

TARİFNAME

BİR UYGUN MÜŞTERİ KİTLESİ BELİRLEME SİSTEMİ

5 Teknik Alan

Bu buluş, pazarlama amaçlı müşteri kitlesi belirlenmesini ve belirlenen müşteri kitlesinin mümkün olduğunca belirleyici ve seçici olmasını sağlayan bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi ile ilgilidir.

10

Önceki Teknik

Günümüzde firmalar müşterileri hakkında bilgi sahibi olmak, müşterilerin alışkanlıklarını belirlemek ve müşteri alışkanlıklarına göre müşterilere teklifler sunulması, kampanyalar yapılması gibi pazarlama işlemleri için müşterilerden müşteri ve müşteri kullanımlarına ilişkili veri toplamaktadırlar. Söz konusu veriler bir veri ambarında toplanmaktadır. Veri ambarındaki veriler detaylı analizlere sokularak söz konusu verilerden çeşitli çıktılar elde edilebildiği gibi kimi durumlarda önceden belirlenen ve faydalı oldukları kanıtlanmış olan metrikler ile kolay bir şekilde abone kitlesi hazırlayabilmek ve zenginleştirebilmek pazarlama hedeflerinin hızlı gerçekleştirilebilmesi açısından önemlidir.

Tekniğin bilinen durumunda veri ambarlarında saklanan verilerin pazarlama amacıyla işlenmesi ve buna bağlı olarak raporların hazırlanması için çeşitli raporlama araçları kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra büyük veri analiz yapan üçüncü parti uygulamalar da kullanılmaktadır. Söz konusu araçların özelleştirilmiş yazılım geliştirme maliyeti bulunmakla beraber doğru hedef kitlesine ulaşacak analizi yapabilmek için kullanıcıların söz konusu araçlarla ilgili eğitimler almaları gerekmektedir.

30

- WO2015085967 sayılı uluslararası patent dokümanında kullanıcı davranışları analizi gerçekleştiren sistem ve yöntemden bahsedilmektedir. Bu yöntemde amaçlanan, reklamın yönlendirilmesinin güçlendirilmesidir. Kullanıcı verisi üzerinden güncellenen kullanıcı davranışlarını veri bankasına toplar. Pazarlama yapacak kullanıcı, veri bankası üzerinden üyelere ulaşır. Üyeler davranışlarına göre gruplandırılır. Davranış bilgilerine göre ayrılan üyeler, pazarlama kampanyası için daraltılmış bir grupta seçilir ve pazarlama kampanyasının olumlu sonuçlanması sağlanır.
- 5
- 10 US8352320 sayılı Birleşik Devletler patent dokümanında dinamik fiyatlandırma özelliğine sahip olan bir reklam yönetim sisteminden ve yönteminden bahsedilmektedir. Söz konusu patent dokümanında uygun reklam içeriklerinin tanımlandığı katmanlar kullanılarak kullanıcılara reklam gönderimi yapılmaktadır. Reklam gönderimi sırasında reklamı gönderecek kişi belirlediği ücrete bağlı olarak en düşükten en yükseğe doğru tanımlanan ücretlere bağlı olarak reklam gönderimi yapmaktadır. Söz konusu buluşta reklamları alacak kişiler yaş, cinsiyet, ilgi alanları ve benzeri bilgilere bağlı olarak profil listelerine bölünmektedir. Reklamı alacak kişiler birden fazla liste içerisinde yer alabilmektedirler. Dolayısıyla gönderilecek olan reklam sayısı hedef listelere bağlı olarak
- 15
- 20 değişmektedir.

Buluşun Kısa Açıklaması

Bu buluşun amacı, pazarlama amaçlı müşteri kitlesi belirlenmesini ve belirlenen müşteri kitlesinin mümkün olduğunca belirleyici ve seçici olmasını sağlayan bir uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi gerçekleştirmektir.

25

Bu buluşun başka bir amacı, firmalar tarafından gerçekleştirilen kampanyalara olumlu müşteri geri dönüşlerinin artırılmasını sağlayan uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi gerçekleştirmektir.

30

Buluşun Ayrıntılı Açıklaması

Bu buluşun amacına ulaşmak için gerçekleştirilen “Uygun Müşteri Kitleleri Belirleme Sistemi” ekli şekilde gösterilmiş olup, bu şekil;

5

Şekil-1; Buluş konusu sistemin şematik görünüşüdür;

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

10

1. Sistem
2. Veri ambarı
3. Metriklendirme birimi
4. Metrik veri tabanı
- 15 5. Metrik sunucusu
6. Mikro profil oluşturma birimi
7. Aynalama birimi

20

Pazarlama amaçlı müşteri kitlesi belirlenmesini ve belirlenen müşteri kitlesinin mümkün olduğunca belirleyici ve seçici olmasını sağlayan buluş konusu uygun müşteri kitlesi belirleme sistemi (1);

firma dahilinde bulunan ve firma müşterilerinden toplanan verileri kayıt altında tutan en az bir veri ambarı (2),

25

veri ambarı (2) ile iletişim halinde olan ve veri ambarı (2) içerisindeki verileri okuyarak metrik hesaplaması ve mevcut metriklerin sadeleştirilmesini gerçekleştiren en az bir metriklendirme birimi (3),

metriklendirme birimi (3) iletişim halinde olan ve metriklendirme birimi (3) tarafından hesaplanan metrikleri müşteri bazlı olarak kayıt altında tutan en az bir metrik veri tabanı (4),

30

metrik veri tabanı (4) ile iletişim halinde olan ve bir istemci cihaz (CD) üzerinden sunulan bir ara yüz vasıtasıyla kullanıcılarla iletişime geçen ve kullanıcılar

tarafından ara yüz vasıtasıyla girilen metrik sorgu taleplerini alarak kullanıcı kimliğine bağlı olarak kayıt altına alan, söz konusu sorgu talebi doğrultusunda metrik veri tabanına (4) bağlanarak metrik veri tabanından (4) ilgili sorgulama işlemini gerçekleştiren ve sorgu işlemi sonucunda bir müşteri listesi elde eden en az bir metrik sunucusu (5),
5 veri ambarı (2) ile iletişim halinde olan ve veri ambarı (2) içerisindeki müşteri verilerinden öğrenme algoritmaları kullanarak her bir müşteri için profil ve skor değerleri üreten en az bir mikro profil oluşturma birimi (6),
metrik sunucusu (5) ve mikro profil oluşturma birimi (6) ile iletişim halinde olan,
10 bir istemci cihaz (CD) üzerinden sunulan bir ara yüz vasıtasıyla kullanıcılarla iletişime geçen ve kullanıcılar tarafından metrik sunucusu (5) üzerinden belirlenen müşteri listesini alarak mikro profil oluşturma birimi (6) tarafından üretilen profil skorlarına göre belirli bir sayıda müşteri içeren bir müşteri listesi belirleyen ve belirlenen müşteri listesinin ara yüz üzerinden kullanıcılara sunulmasını sağlayan
15 en az bir aynalama birimi (7) içermektedir.

Buluş konusu uygun müşteri kitlesi belirleme sisteminde (1) yer alan veri ambarı (2) metriklendirme birimi (3) ve mikro profil oluşturma birimi (6) ile iletişim halinde olup firma müşterilerinden toplanan verileri kayıt altında tutmaktadır.
20
Buluş konusu uygun müşteri kitlesi belirleme sisteminde (1) yer alan metriklendirme birimi (3); veri ambarı (2), metrik veri tabanı (4) ve metrik sunucusu (5) ile iletişim halindedir. Metriklendirme birimi (3) metrik sunucusu (5) tarafından istemci cihaz (CD) üzerinde sunulan ara yüz vasıtasıyla alınan
25 kullanıcı talimatlarına bağlı olarak veri ambarı (2) içerisindeki verileri okuyarak metrik hesaplaması ve mevcut metriklerin sadeleştirilmesini gerçekleştirmektedir. Metriklendirme birimi (3) metrik hesaplamasını gerçekleştirdikten sonra metrik veri tabanına (4) bağlanarak hesaplanan metriğe ilişkin bilgileri veri tabanı (4) içerisinde kayıt altında almaktadır. Buluş konusu sistemde (1) metriklendirme
30 birimi (3) tarafından hesaplanan metrikler müşteriler ile ilgili sahip olunan bilgileri ve bu bilgiler üzerinden hesaplanmış olan değerleri içermektedir.

Metriklendirme birimi (3) metrikleri, birden fazla metriği bir koşul haline getirerek kullanıcı tarafından istenilen özelliklere sahip olan müşterilerin listelerinin elde edilebilmesi amacıyla hesaplanmaktadır.

- 5 Buluş konusu uygun müşteri kitlesi belirleme sisteminde (1) yer alan metrik veri tabanı (4) metriklendirme birimi (3) ve metrik sunucusu (5) ile iletişim halindedir. Veri tabanı (4) içerisinde metriklendirme birimi (3) tarafından hesaplanan metriklerle ilişkin bilgileri müşteri bazlı olarak altına tutmaktadır.
- 10 Buluş konusu uygun müşteri kitlesi belirleme sisteminde (1) yer alan metrik sunucusu (5) metrik veri tabanı (4) ve aynalama birimi (7) ile iletişim halinde olup bir istemci cihaz (CD) üzerinden sunulan bir ara yüz vasıtasıyla kullanıcılarla iletişime geçebilmektedir. Metrik sunucusu (5) kullanıcılar tarafından ara yüz vasıtasıyla girilen metrik sorgu taleplerini alarak söz konusu sorgu taleplerini
- 15 kullanıcı kimliğine bağlı olarak kayıt altına almaktadır. Metrik sunucusu (5) metrik veri tabanından (4) ilgili sorgulama işlemini gerçekleştirerek sorgu sonucu elde edilen müşteri listesini aynalama birimine (7) göndermektedir.

- Buluş konusu uygun müşteri kitlesi belirleme sisteminde (1) yer alan mikro profil
- 20 oluşturma birimi (6) veri ambarı (2) ve aynalama birimi (7) ile iletişim halindedir. Mikro profil oluşturma birimi (6) veri ambarı (2) içerisindeki müşteri verilerinden öğrenme algoritmaları kullanarak her bir müşteri için profil ve skor değerleri üretmekte ve içerisinde kayıt altına almaktadır. Mikro profil oluşturma birimi (6) aynalama biriminden (7) gelen talep doğrultusunda müşteriler için oluşturulan
- 25 profil ve skor değerlerine ilişkin verileri aynalama birimine (7) göndermektedir. Mikro profil oluşturma birimi (6) müşterilerin kendilerine önerilen kampanyalara olumlu ya da olumsuz dönüş yapmalarına ilişkin bilgileri dış sistemlerden toplayarak içerisinde kayıt altına almaktadır. Mikro profil oluşturma birimi (6) içerisinde kayıt altına alınan müşterinin önerilen kampanyaya olumlu ya da
- 30 olumsuz dönüş yapmasına ilişkin bilgileri daha sonraki profil skoru oluşturma işleminde göz önüne almaktadır.

Buluş konusu uygun müşteri kitlesi belirleme sisteminde (1) yer alan aynalama birimi (7) metrik sunucusu (5) ve mikro profil oluşturma birimi (6) ile iletişim halinde olup bir istemci cihaz (CD) üzerinden sunulan bir ara yüz vasıtasıyla kullanıcılarla iletişime geçebilmektedir. Aynalama birimi (7) ara yüz üzerinden alınan kullanıcı talebine bağlı olarak metrik sunucusu (5) tarafından elde edilen müşteri listesini ve mikro profil oluşturma birimi (6) tarafından müşteriler için oluşturulan profil ve skor değerlerine ilişkin verileri alarak profil skorlarına göre belirli bir sayıda müşteri içeren bir müşteri listesi belirlemekte ve belirlenen müşteri listesinin ara yüz üzerinden kullanıcılara sunulmasını sağlamaktadır.

10

Buluş konusu sistem (1) sayesinde müşteri verisine sahip firmalar firma içi verilerini kullanarak müşterilere teklif önerilerini iletmek için en uygun müşteri kümesini hiçbir teknik bilgiye sahip olmadan elde edilebilecek ve belirlenen müşteri kümesi pazarlama ve analiz kurgularında çoğaltılmış ya da teklife uygunluklarına göre sıralanarak daraltılmış müşteri kümeleri oluşturulabilmektedir. Bunun yanı sıra buluş konusu sistem (1) sayesinde ayrıca, müşteri kümesinin az olduğu durumlarda teklife uygunluklarına göre hedef kümesinin çoğaltılması sağlanmaktadır.

20 Bu temel kavramlar etrafında, buluş konusu “Bir Uygun Müşteri Kitlesi Belirleme Sistemi (1)” ile ilgili çok çeşitli uygulamaların geliştirilmesi mümkün olup, buluş burada açıklanan örneklerle sınırlanamaz, esas olarak istemlerde belirtildiği gibidir.

25

Şekil 1

