(19)中华人民共和国国家知识产权局

(12)发明专利申请

(10)申请公布号 CN 101802860 A
(43)申请公布日 2010.08.11

(21)申请号 200880106272.2

(22)申请日 2008.07.09

(30)优先权数据
60/958,742 2007.07.09 US

(85)PCT申请进入国家阶段日
2010.03.09

(86)PCT申请的申请数据
PCT/EP2008/058953 2008.07.09

(87)PCT申请的公布数据
WO2009/007410 EN 2009.01.15

(71)申请人 维蒂公开股份有限公司
地址 英国伦敦

(72)发明人 亚历山德罗斯·穆卡斯
赫里斯托斯·卡斯卡韦利斯
迪米特里奥斯·孔塔里尼斯
玛丽亚·纳西亚库
科斯坦蒂诺斯·察卡洛斯
科斯坦蒂诺斯·詹纳基斯
尼古劳斯·登德里斯
安德烈亚斯·彼得罗普洛斯
西奥多·米卡拉里斯
约瑟夫·耶罗尼马基斯
伊帕蒂奥斯·韦雷拉斯
扬尼斯·齐卡斯
乔治·阿夫拉米季斯

(74)专利代理机构 北京康信知识产权代理有限责任公司 11240
代理人 余刚 吴孟秋

(51)Int.Cl.
G06Q 30/00(2006.01)

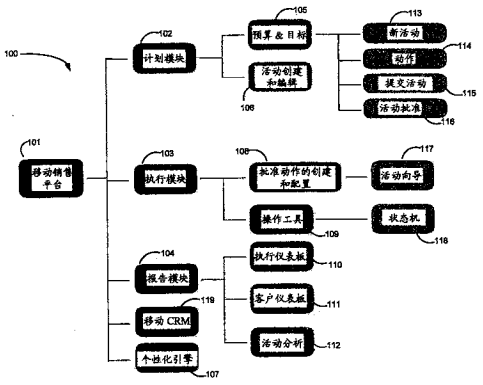
权利要求书 4 页 说明书 36 页 附图 32 页

(54)发明名称

移动设备销售和广告平台、方法及系统

(57)摘要

本发明涉及一种移动销售活动的平台和方法，包括：计划模块，包括用于设定预算和目标的定义模块；以及设计模块，用于使用多个模板设计活动；执行模块，包括：设计工具，用于根据由模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及操作工具，用于使可执行活动通过移动服务执行；以及报告模块，包括：跟踪装置，用于跟踪活动动作、活动实行目标以及品牌实行目标中的至少一个。



CN 101802860 A

1. 一种移动销售活动平台，包括：

计划模块，包括：

定义模块，用于设定预算和目标；以及

设计模块，用于使用多个模板设计所述活动；

执行模块，包括：

设计工具，用于根据由所述模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及

操作工具，用于使所述可执行活动通过移动服务执行；以及

报告模块，包括：

跟踪模块，用于跟踪活动动作、活动实行目标以及品牌实行目标中的至少一个，其中，所述品牌是所述活动的特征。

2. 根据权利要求 1 所述的移动销售活动平台，其中，每个动作的执行均是使用状态机表示而进行的。

3. 根据权利要求 1 所述的移动销售活动平台，进一步包括：个性化引擎，被配置成接收并过滤概况信息，所述可执行活动基于所述概况信息确定受众目标。

4. 一种移动销售活动方法，包括以下步骤：

计划活动，包括以下步骤：

定义预算和目标；以及

使用多个模板设计所述活动；

执行所述活动，包括以下步骤：

根据由所述模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及

使所述可执行活动通过移动服务执行；以及

报告所述活动的结果，包括以下步骤：

跟踪活动动作、活动实行目标以及品牌实行目标中的至少一个，其中，所述品牌是所述活动的特征。

5. 根据权利要求 4 所述的方法，进一步包括：收集和过滤概况信息，并基于所述概况信息将所述可执行活动导向至读者。

6. 一种基于移动设备活动的广告系统，所述系统包括：

用户界面，链接至计划模块；以及执行模块；

所述计划模块包括：

定义模块，用于设置预算和目标；以及

设计模块，用于使用多个模板设计所述活动；

所述执行模块包括：

设计工具，用于根据由所述模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及

操作工具，用于使所述可执行活动通过移动服务执行，其中所述可执行活动包括多个动作，其中每个动作的执行均是使用状态机表示而进行的。

7. 一种移动销售活动平台，包括：

计划模块，包括：

定义模块，用于设定预算和目标；以及

设计模块，用于使用多个模板设计所述活动；以及

执行模块，包括：

设计工具，用于根据由所述模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及

操作工具，用于使所述可执行活动通过移动服务执行。

8. 根据权利要求 7 所述的移动销售活动平台，进一步包括：社区模块，所述社区模块与所述可执行活动相关联，所述社区将针对与所述活动相关的其他内容的论坛提供给用户社区。

9. 根据权利要求 8 所述的移动销售活动平台，其中，所述用户社区包括由所述活动确定为目标的一部分成员。

10. 根据权利要求 8 所述的移动销售活动平台，进一步包括：广播模块，所述广播模块被配置成向所述用户社区的成员传递数据集。

11. 一种移动销售活动方法，包括以下步骤：

计划活动，包括以下步骤：

定义预算和目标；以及

使用多个模板设计所述活动；以及

执行所述活动，包括以下步骤：

根据由所述模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及

向多个用户广播所述可执行活动的要素，所述多个用户形成社区。

12. 根据权利要求 11 所述的方法，其中，所述社区与所述可执行活动相关联，所述社区提供针对与所述活动相关的其他内容的论坛。

13. 根据权利要求 12 所述的方法，其中，所述社区包括由所述活动确定为目标的成员。

14. 一种用于预订交易的方法，包括以下步骤：

使用移动销售设备平台通过移动设备通信链路提供交易；

通过移动通信设备链路接收对所述交易的提供的响应；

生成可扫描标识作为接收所述提供的响应的确认；以及

通过所述移动通信设备链路无线传输所述可扫描标识，以由解码设备处理作为确认的证明。

15. 根据权利要求 14 所述的方法，其中，所提供的交易是对产品或服务的出售。

16. 根据权利要求 14 所述的方法，其中，所提供的交易是对事件的票务的出售。

17. 根据权利要求 14 所述的方法，其中，对所提供的交易的响应是购买产品或服务。

18. 根据权利要求 14 所述的方法，其中，对所提供的交易的响应是购买产品或服务的能力的预订。

19. 根据权利要求 14 所述的方法，其中，对所提供的交易的响应是购买事件的票务。

20. 根据权利要求 14 所述的方法，其中，所述可扫描标识是 2-D 条形码。

21. 根据权利要求 14 所述的方法，进一步包括对所述交易的通知进行预登记的步骤。

22. 一种用于通过移动设备链路预订交易的装置，包括：

移动销售平台，包括用于通过通信链路提供交易的发射器；以及

条形码生成器，用于生成条形码作为接收对所述提供的响应的确认；

其中，所述发射器使用无线协议传输所述条形码，并且所述条形码的解码作为确认的证明。

23. 根据权利要求 22 所述的装置，其中，所述条形码是 2-D 条形码。

24. 根据权利要求 22 所述的装置，进一步包括 ：移动设备，具有移动设备发射器，所述移动设备发射器用于对提供所述交易做出响应。

25. 一种用于以设备专用内容来确定用户目标的方法，所述方法包括以下步骤 ：

向多个消费者传输带链接的广告消息 ；

响应于每个消费者对所述链接的访问而接收消费者设备信息 ；

使用共通文件格式的体系生成用于显示在多个消费者设备上的内容 ；以及

根据消费者设备的类型，呈现使用所述一般文件格式为每个消费者生成的内容。

26. 根据权利要求 25 所述的方法，其中，所述内容包括广告。

27. 根据权利要求 25 所述的方法，其中，所述内容包括网站。

28. 根据权利要求 27 所述的方法，其中，所述内容是使用移动销售平台生成的。

29. 一种广告系统，所述系统包括 ：

多个发射器，每个发射器均用于使用无线协议将感兴趣的内容推入预定传输半径内的移动设备中 ；

直观显示器，被配置成向所述移动设备的用户提供信息，所述信息与所述感兴趣的内容相关联，并且与用于获得与所述感兴趣的内容相关联的补充信息的至少一个备选通信信道相关联。

30. 根据权利要求 29 所述的系统，其中，发射器位置信息用于所述移动设备的用户的上下文广告的消息发送。

31. 根据权利要求 29 所述的系统，其中，所述无线协议是蓝牙。

32. 根据权利要求 29 所述的系统，其中，所述至少一个备选通信通道选自由手机、电子邮件、Wi-Fi、3G、Wi-Max 以及通用分组无线服务组成的组中。

33. 根据权利要求 29 所述的系统，其中，所述直观显示器是交互式屏幕。

34. 一种面向目标的移动销售活动平台，包括 ：

计划模块，包括 ：

定义模块，用于设置预算和目标 ；以及

设计模块，用于使用多个模板设计所述活动 ；

执行模块，包括 ：

设计工具，用于根据由所述模板组成的活动设计来设计可执行活动 ；

操作工具，用于使所述可执行活动通过多个移动服务执行 ；以及

个性化引擎，被配置成收集和过滤概况信息，所述可执行活动基于所述概况信息确定受众目标。

35. 根据权利要求 34 所述的面向目标的移动销售活动平台，其中，所述概况信息包括人口统计学标准。

36. 根据权利要求 35 所述的面向目标的移动销售活动平台，其中，所述人口统计学标准选自由年龄、性别、种族、国籍、收入、职业、宗教信仰、地理位置、教育和住宅所有权所组成的组中。

37. 一种面向目标的移动销售活动方法，包括以下步骤 ：

计划活动，包括以下步骤 ：

定义预算和目标；

收集和过滤概况信息；以及

使用多个模板和所述概况信息设计所述活动；

执行所述活动，包括以下步骤：

根据由所述模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及

基于所述概况信息，使所述可执行活动通过至少一个移动服务对受众执行。

38. 根据权利要求 37 所述的面向目标的移动销售活动平台，其中，所述概况信息包括人口统计学标准。

39. 根据权利要求 38 所述的面向目标的移动销售活动平台，其中，所述人口统计学标准选自由年龄、性别、种族、国籍、收入、职业、宗教信仰、地理位置、教育和住宅所有权组成的组中。

40. 一种移动销售活动平台，包括：

广播模块，被配置成向多个移动设备用户传输广告；

数据库，包括移动设备概况数据；以及

个性化引擎，所述个性化引擎包括规则模块，所述规则模块基于所述数据库的所述移动设备概况数据定义目标受众，所述广播模块向所述目标受众广播广告。

41. 根据权利要求 40 所述的移动销售活动平台，其中，所述目标受众是由规则引擎基于所述移动设备概况数据中的人口统计学标准而选择的。

42. 根据权利要求 41 所述的移动销售活动平台，其中，所述人口统计学标准选自由年龄、性别、种族、国籍、收入、职业、宗教信仰、地理位置、教育和住宅所有权组成的组中。

43. 根据权利要求 40 所述的移动销售活动平台，其中，所述目标受众是由规则引擎基于所述移动设备概况数据中的行为模式而选择的。

44. 根据权利要求 43 所述的移动销售活动平台，其中，所述行为模式选自由先前购买、经常访问的网站、广告查询以及移动设备使用组成的组中。

移动设备销售和广告平台、方法及系统

[0001] 相关申请的交叉参考

[0002] 本申请要求于 2007 年 7 月 9 日提交的编号为 60/958,742 的美国临时专利申请的优先权，其公开的全部内容通过引证结合于此。

技术领域

[0003] 本发明涉及用于向移动设备进行销售和广告的方法、平台、装置及系统。

背景技术

[0004] 在商业世界中，广告的作用对产品的销售和开发一直是很重要的。随着时代的变化，广告业务也在变化。遗憾的是，对于使用现代模式的通信和内容浏览而言，许多广告业务并非自动的和定制的。

[0005] 具体来说，开发致力于移动设备的广告活动的过程是昂贵的，并且常常很难从成本效益分析角度进行评估。因此，存在对与移动设备销售和广告相关的新方法的需求。

发明内容

[0006] 本发明的实施例包括移动销售活动平台，包括计划模块，计划模块包含定义模块，用于设定预算和目标；以及设计模块，用于使用多个模板设计活动。该平台还包括执行模块，执行模块包括：设计工具，用于根据由模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及操作工具，用于使可执行活动通过移动服务执行。该平台还包括报告模块，报告模块具有追踪模块，用于追踪活动动作、活动实行目标以及品牌实行目标中的至少一个。品牌是活动的特色。实施例的其他方面包括：状态机表示 (representation)，用于执行活动；以及个性化引擎，被配置成接收和过滤概况信息。

[0007] 本发明的另一实施例包括移动销售活动方法，包括以下步骤：通过定义预算和目标并使用多个模板设计活动来计划活动。通过如下步骤执行该活动：根据由模板组成的活动设计来设计可执行活动；通过移动服务来执行该可执行活动。通过如下步骤报告该活动的结果：追踪活动动作、活动实行目标以及品牌实行目标中的至少一个，其中，品牌是活动的特征。本方法的其他特征包括：收集和过滤概况信息；并基于概况信息将可执行活动导向至读者。

[0008] 本发明的又一实施例包括基于移动服务活动的广告系统，具有：用户界面，用于连接至计划模块；以及执行模块。计划模块包括：定义模块，用于设定预算和目标；以及设计模块，用于使用多个模板来设计活动。执行模块包括：设计工具，用于根据由模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及操作工具，用于使可执行活动通过移动服务执行。可执行活动包括多个活动，其中每个动作的执行均是使用状态机表示而进行的。

[0009] 另一个实施例包括移动销售活动平台，包括计划模块，计划模块具有：定义模块，用于设定预算和目标；以及设计模块，用于使用多个模板设计活动。平台还包括执行模块，执行模块包括：设计工具，用于根据由模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及操作

工具，用于使可执行活动通过移动服务执行。实施例的另一个方面包括社区模块，该社区模块与可执行活动相关联，其中该社区将针对与活动相关联的其他内容的论坛提供给用户社区。该社区可包括由活动确定为目标的成员的片段。平台还可包括广播模块，被配置成给用户社区传输数据集。

[0010] 本发明的另一个实施例包括移动销售活动方法，包括以下步骤：通过定义预算和目标并使用多个模板来设计该活动从而计划该活动。通过如下步骤执行该活动：根据由模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及向多个用户广播可执行活动的要素，上述多个用户形成社区。

[0011] 本发明的一个实施例包括用于预订交易的方法，包括如下步骤：使用移动销售设备平台通过移动设备通信链路提供交易；通过移动通讯设备链路接收对交易的提供的响应；生成可扫描标识作为接收提供的响应的确认；以及通过移动通讯设备链路无线传输可扫描标识，以由解码设备处理作为确认的证明。实施例的其他方面包括：所提供的交易是产品的出售或对事件的票务的出售。根据另一特征，对所提供的交易的响应是购买产品或服务，或是购买事件的票务。可扫描标识可包括 2-D 条形码。进一步，该方法可包括对该交易的通知进行预登记。

[0012] 本发明一个实施例包括通过移动设备链路预订交易的装置，包括：移动销售平台，包括用于通过通信链路提供交易的发射器；以及条形码生成器，用于生成条形码作为接收对所提供的响应的确认。发射器使用无线协议传输条形码，并且条形码的解码作为确认的证明。

[0013] 另一个实施例包括使用设备专用内容将用户确定为目标的方法，该方法包括以下步骤：使用到多个消费者的链接传输广告消息；响应于每个消费者对该链路的访问而接收消费者设备信息；使用一般文件格式的体系生成用于在多个消费者的设备上显示的内容；以及呈现使用一般文件格式为每个消费者生成的随消费者设备类型而变的内容。实施例的特征进一步包括：上述内容包括广告或网站，以及上述内容是使用移动销售平台生成的。

[0014] 另一实施例包括一种广告系统，包括：多个发射器，每个发射器均用于使用无线协议将感兴趣的内容推入预定传输半径内的移动设备中；直观显示器，被配置成向移动设备的用户提供信息，该信息与感兴趣的内容相关联，并且与至少一个备选的通信信道相关联，用于获得与感兴趣的内容相关联的补充信息。附加的特征可包括：发射器位置信息用于移动设备用户的上下文广告的消息发送，上述无线协议是蓝牙，而备选通信信道是手机、电子邮件、WiFi、3G、WiMax 或通用分组无线服务中的一个。此外，直观显示器包括交互式屏幕。

[0015] 另一实施例包括面向目标的移动销售活动平台，包括计划模块。计划模块具有：定义模块，用于设置预算和目标；以及设计模块，用于使用多个模板设计活动。执行模块包括：设计工具，用于根据由模板组成的活动设计来设计可执行活动；操作工具，用于使可执行活动通过多个移动服务执行；以及个性化引擎，被配置成收集和过滤概况信息。可执行活动基于概况信息将读者作为目标。实施例的特征包括具有从年龄、性别、种族、国籍、收入、职业、宗教信仰、地理位置、教育和住宅所有权中选择的人口统计学准则。

[0016] 另一种实施例包括面向目标的移动销售活动方法，其包括以下步骤：通过定义预算和目标、收集和过滤概况信息、使用多个模板和概况信息来设计活动，从而计划该活动。通过如下步骤执行该活动：根据由模板组成的活动设计来设计可执行活动；以及基于概况

信息，通过到读者的至少一个移动服务执行可执行活动。

[0017] 另一个实施例包括移动销售活动平台，包括：广播模块，配置成向多个移动设备用户传输广告；数据库，包括移动设备概况数据；以及个性化引擎，具有规则模块，该规则模块基于数据库的移动设备概况数据定义作为目标的读者。特征进一步包括：使用移动设备概况数据中的人口统计学准则用基于规则的引擎来选择读者，其中，该准则是从年龄、性别、种族、国籍、收入、职业、宗教信仰、地理位置、教育和住宅所有权中选择的。此外，可通过基于行为模式（诸如先前购买、经常访问的网站、广告查询以及移动设备使用）的规则引擎选择作为目标的读者。

[0018] 本发明的其他特征、目标和优点在下文的详细描述中将变得显而易见。然而，应理解，当指示本发明的实施例时，详细描述仅以说明的方式给出，而不是限定的方式。根据这些详细的描述，在本发明范围内的各种变化和修改对本领域的技术人员是显而易见的。

[0019] 本发明的各个方面在下面部分中进行更详细的描述。其中这些部分的用途并不意在限制本发明。每个部分均可用于本发明的任何方面。在本申请中，除非另有陈述，使用“或”的意思是“和 / 或”。如在本公开中所使用的，术语“包括”和该术语的各种变化，诸如“包括 (comprising)”和“包含 (comprises)”并不意在排除其他的附加物、部件、整数或步骤。

附图说明

[0020] 通过下面的详细描述以及附图，本发明的这些实施例和其他方面将是非常显而易见的，这些描述以及附图意在进行说明而不限制本发明，其中：

[0021] 图 1 是根据本发明的实施例的移动销售平台的组织结构图；

[0022] 图 2 是描述与根据本发明的实施例的移动销售活动方法相关联的一些步骤的流程图；

[0023] 图 3 是根据本发明的实施例的移动销售平台的架构图；

[0024] 图 4 是根据本发明的实施例的活动管理系统的示图；

[0025] 图 5A ～图 5C 示出了根据本发明的实施例的预算建立的直观显示；

[0026] 图 6A ～图 6B 示出了根据本发明的实施例的目标建立的直观显示；

[0027] 图 7A ～图 7D 示出了根据本发明的实施例的活动建立的直观显示；

[0028] 图 8A ～图 8D 示出了根据本发明的实施例的活动设计者 (designer) 的直观显示；

[0029] 图 9 示出了根据本发明的实施例的活动设计者的直观显示；

[0030] 图 10 示出了根据本发明的实施例的账户管理者的直观显示；

[0031] 图 11 是根据本发明的实施例的个性化引擎的流程图；

[0032] 图 12 是示出了根据本发明的实施例的个性化引擎的部件的框图；

[0033] 图 13 是根据本发明的实施例的个性化引擎的片段编辑器的直观显示；

[0034] 图 14 是根据本发明的实施例的半衰期分数 (half-life score) 实例的图表；

[0035] 图 15 示出了根据本发明的实施例的活动设计者的直观显示；

[0036] 图 16A ～图 16C 示出了根据本发明的实施例的动作 (activity) 设计器的直观显示；

[0037] 图 17 示出了根据本发明的实施例的奖励管理器的直观显示；

[0038] 图 18 是根据本发明的实施例的状态机的示图；

[0039] 图 19 是示出根据本发明的实施例的转换模型的示图；

[0040] 图 20 示出了根据本发明的实施例的文档生成的流程图；

[0041] 图 21A ～图 21B 是根据本发明的实施例的网络文档的直观显示；

[0042] 图 22 示出了根据本发明的实施例的执行仪表板的直观显示；

[0043] 图 23 示出了根据本发明的实施例的客户仪表板的直观显示；

[0044] 图 24 示出了根据本发明的实施例的活动分析模块的直观显示；

[0045] 图 25 是根据本发明的实施例的移动 TV 和视频管理器的直观显示；

[0046] 图 26 是根据本发明的实施例的移动 TV 和视频管理器的流程图；

[0047] 图 27 是根据本发明的实施例的产品预订系统的系统框图；

[0048] 图 28A ～图 28G 示出了根据本发明的实施例的移动站点 (mobile site) 设计器的直观显示；

[0049] 图 29 是根据本发明的实施例的移动社区仪表板的直观显示；

[0050] 图 30 示出了根据本发明的实施例的移动社区向导片段 (mobilecommunity wizard segment) 的直观显示；

[0051] 图 31 示出了客户与根据本发明的两个实施例的移动 CRM 的交互的流程图；

[0052] 图 32 示出了从根据本发明的实施例的内容管理系统提供的内容的选择；以及

[0053] 图 33 示出了从根据本发明的实施例的内容管理系统提供的内容的选择。

具体实施方式

[0054] 本发明通常涉及用于向移动设备进行销售和广告的平台和方法。这些平台可利用软件和硬件的结合来实现，以解决与将移动设备用作接收广告的装置相关联的许多现存问题。在某种程度上，本发明的实施例的一个特征是，已将平台设计成由广告商和销售人员使用，而不是工程师和程序员。因此，直观的图形用户界面以及预设的活动模块和模板形成本文所描述的一些平台实施例的基础。这些模板的示例性集合作为附录 A 被附上。这些平台为广告和销售人员提供工具，从而以更容易、更快速、更节省成本的方式执行与他们的工作相关联的任务。

[0055] 本发明的实施例包括移动销售平台，以响应于对移动销售和广告的与日俱增的商业需求。操作员、内容提供商和广告代理商可利用移动销售平台来计划、创建、管理和监控销售和广告活动。本发明的实施例也可用在移动服务个性化中。

[0056] 由于技术进步（诸如代表技术发展水平的移动电话和虚拟世界），消费者行为正在快速变化。移动销售平台的实施例为移动销售提供了完整的方法。在一个实施例中，移动销售平台是模块化的，并且可以管理大量的动作（如名牌 WAP 站点、WAP 横幅广告、发短信赢大奖 (text-to-win) 推销、移动社区、近似的销售活动以及虚拟世界）。基于设定的预算和目标，平台提供从头创建任何动作所需的功能。它包括易于使用的向导，用于以结构的方式建立动作，并且为结合和利用一个或多个备选信道（例如，但不限于 SMS、WAP、网络浏览器、蜂窝电话、电子邮件、WiFi、3G、WiMax 和通用分组无线业务）提供可能性。

[0057] 移动销售平台使销售者能够同时快速地执行和监控许多活动。在减少操作成本的同时，这引起通过更短时间进入市场和更多的活动而增加的潜在收益。在提供活动数据的

实时报告和监控的同时，平台也通过与个性化引擎进行连接来使用订户数据，以实现个性化的体验。

[0058] 根据一个实施例，客户数据的收集和分析会产生个性化的建议，从而增加来自所有增值服务 (VAS) 以及 WAP 入口业务使用的每个用户的数据平均收益。另外，高级的客户概况和分段技术允许用户社区的创建和货币化，从而使忠实度增加以及流失减少，并且积极地影响语音和数据收益。

[0059] 此外，本文所描述的平台提供便于广告动作和销售动作的工具和技术。广告动作是指传统的广告方法，诸如收音机和电视机广告、网络横幅广告等。类似地，销售动作是指销售或者不是很传统的广告方法。例如，基于销售的方法可以包括直接邮寄、垃圾邮件、基于电话的消息、病毒销售及公共事件。然而，术语广告和销售的使用无意比其在销售和广告业中的一般使用更加受限制。

[0060] 本文所公开的平台整合并实现了媒体广告内容的计划和发布，从而可以在多个移动设备间进行购买，为广告代理商提供了一个标准方式来通过这些移动设备发布他们的内容。如上所述，为广告和销售活动以及二者的结合而定制平台。对涵盖在各种实施例中的移动广告动作做广告包括但不限于 :WAP 横幅广告 (x000s 目标版面开关平台 (on-and off-deck) 的广告横幅预订)、移动搜索广告 (在操作者引擎中的上下文 (contextual)/ 关键字搜索，开关入口 (on-andoff-portal))、移动电视广告 / 广告视频 (在向前或向后滚动的视频广告开关入口的预订)、品牌 WAP 站点和广告赞助内容 (广告站点和开关入口内容，如音乐、游戏、新闻)。类似地，在各种实施例中，对移动销售动作进行销售包括但不限于 : 移动消息 (发短信赢大奖、警报、信息等)、包装促销 (竞赛、比赛、寻宝、彩票等)、移动博客 / 用户生成内容 (视频 / 图片博客、聊天 & 约会等)、M- 商业 (m- 票、m- 优待券、m- 代金券等)、忠实俱乐部 (信息、礼物、打折、礼券等)、蓝牙 / 邻近销售 (基于位置的推销、警告、信息等)。

[0061] 通常，本文所公开的本发明的其他方面和不同平台提供了一个用户友好的基于图形用户界面的系统，在某种程度上，该系统使能了 (1) 广告和销售活动的创建 ;(2) 经电子接口运行这些活动 ;(3) 通过各种性能规格对活动进行评价 ;以及 (4) 以多种形式对任何这种定性的和定量的规格进行报告。对预生成的模板以及多种工具和接口的包含有助于使这些目标更容易实现。

[0062] 如本文所使用的，术语“平台用户”(除非另有规定) 可包括移动销售平台用户，诸如活动设计者、编辑者、管理者 (包括账户和活动管理者)、操作员或参与活动的创建、编辑、提交、批准、预算、执行、报告的其他用户。

[0063] 含本发明给定平台的备用的可用模板是经检验的、经测试的、易于理解和成功的。通过改变参数，平台用户可生成成千上万的潜在活动。模板帮助非专家用户快速设计特定的活动。例如，要建立一个“发短信赢大奖寻宝”，用户只需要建立消息以及副本文本，它们将产生预先设置的批准的活动。因此，本发明有助于使移动广告业务自动化，从而使用几个键盘输入和鼠标点击就可以对活动进行生成、预算、实现及分析。

[0064] 除使用模板外，平台用户可以不受预生成的动作、规格以及报告的限制而超越模板并创建定制活动。新的定制活动由计划和报告功能支持。因此，本文所描述的工具和平台是对移动广告的所有形式均增值的。

[0065] 通过合并多个对销售和广告动作进行建模的活动模板，移动销售平台使活动的设计及投放在几小时内而不是在几星期内实现，有效的节约了成本。每个实施例均包括由多个移动操作员、广告代理商、企业和品牌所有人所使用的高级专有技术、强大的报告工具以及性能指示器。本发明的这些实施例和方面能够快速并节约成本地创建基于许可（“决定参加”）的多级移动销售活动，多级移动销售活动包括通过移动销售、广告和内容传递动作进行全周期的活动计划、执行和监控。包含在一些实施例中的移动销售动作的更多实施例包括：获知位置和近似解决方案、基于零售礼券的销售、库存量和交通警报、用户生成的内容申请以及针对移动交互的虚拟世界。

[0066] 本文所公开的不同平台、系统、及方法的实施例使广告代理商很容易管理和运行多级移动销售活动。通过移动销售工具的用户友好的界面、基于软件的强大的工具以及详尽的菜单，可以处理 (address) 流程（计划、设计和执行以及报告）中的每个步骤。

[0067] 移动销售平台解决方案通过一个活动或多个活动来同时管理计划、执行和监控多个动作的整个周期。这些动作已经被自动化成六十多个对广告和销售活动进行建模的备用的模板活动。

[0068] 以如下方式使能广告，即，能够寻址所有存在的操作员入口和第三方移动广告市场，使他们适用于广告代理商，简单而透明地驱动销售量 (volume)。由于线下动作为广告代理商提供了真正不同的销售能力（超越通常的商品的、低利润、横幅广告购买），故线下动作甚至更加重要。通常，不同的平台实施例可包括三个合作模块。更具体地，在各种实施例中，给定的平台实施例包括：计划模块、执行模块（用于移动销售动作和移动广告动作）以及报告模块。此外，使用包括不同部件的技术架构来实现不同的方法和平台。这些部件包括：核心引擎（后端）、一个或多个移动动作模板和用户界面（前端）。

[0069] 现在参见图 1，描述了移动销售平台实施例 100 的一些模块。主移动销售平台模块 101 用作伞形模块 (umbrella module)，以连接、监视、指导系统中基本模块。计划模块 102 使平台用户能够执行与广告或销售活动的初始过程相关联的多个功能。计划模块 102 包括用于设定预算和活动目标的功能 105、创建和编辑活动的功能 106。与创建和编辑活动相关联的动作可包括：定义新的活动 113、定义特定活动动作 114、向管理器提交活动 115 以及提供和接收准许的活动的批准 116。

[0070] 执行模块 103 负责运行和执行活动的细节。在一个实施例中模块 103 与动作创建模块 108 合作。在执行模块 103 内，平台用户可以创建设置在计划阶段批准的动作以及定义新动作。根据本发明的一个实施例，动作向导 117 可以实现为帮助平台用户逐步地创建和配置动作。关于动作创建和配置的其他细节将在下面给出。除了动作的创建和配置外，执行模块还包括用于执行活动的细节的操作工具 109。根据下面详细描述的一个实施例，状态机 118 被实现为执行移动销售平台与客户或客户的移动设备之间的通信。

[0071] 报告模块 104 给平台用户提供了生成报告、统计、规格分析以及其他与活动相关联的相关动作的性能的能力。在报告模块内，平台为与广告相关的位置和客户提供工具以监视和跟踪活动的进展。执行仪表板 110 可由账户管理者、活动管理者、其他与活动相关联的广告专业人员使用，以在品牌层面上查看报告。客户仪表板 111 显示允许平台用户在客户层面上查看和跟踪活动的客户端信息。活动分析工具 112 可用于从活动（如人口统计概况、任务列表以及其他相关联的数据）中收集报告数据。

[0072] 个性化模块 107 是用于收集、分析和组织客户使用、人口统计学和行为数据的服务传递框架，从而动态地将客户分配成片段，随后由相应的 MMP 动作对这些片段进行寻址。个性化引擎与在移动设备上发送或显示的销售或广告材料相结合。广告内容可通过消息服务（诸如，SMS 或 MMS）传输到用户，或者可以是通过移动设备浏览器（例如，WAP 站点、横幅等）查看的综合的移动网页。个性化模块实施例的其他细节会在下文给出。

[0073] 移动 CRM 119 模块包括在移动销售平台的一个实施例中。移动 CRM 使能了移动社区的形成，通过广播管理订户之间的交互以促进参与，并且相应地分析成员行为。移动社区管理器提供工具以使用不同视图（如饼分图和饼图）分析社区。根据一个实施例，移动 CRM 是一个独立的模块，其通过移动销售平台提供功能。移动 CRM 模块的实施例的更详细的描述会在下文给出。

[0074] 图 2 描述了根据本发明实施例的活动的创建、执行和监控的处理流程 200。通常，在各个实施例中，图 2 中示出的步骤可由任何平台用户启动或进行。首先，账户管理者定义预算 202。接下来，由账户管理者定义特定品牌想经由基于移动的广告活动而实现的目标 204。由账户管理者生成反映活动中的预算和目标以及其他需要的特点的活动摘要 206。响应于该摘要，活动管理器或活动设计者为该活动生成建议 208 用于由账户管理者复查。这个建议典型地包括一旦启动活动就会执行的多个动作。一旦账户管理者接收该建议，其可以对该建议进行批准或编辑 210。处理流程的这个部分作为循环 211 运行，以使得对该建议的编辑被返回到活动管理器，然后活动管理器修正该建议并且将修正后的建议重新发送回账户管理者进行批准。由账户管理者进行的建议的复查和编辑 210 可以在活动层面和组成给定活动的单个动作层面完成。一旦该活动已被批准，活动设计者配置动作 212 并执行该活动。然而，在一些实施例中，在其他动作经历复查和批准的同时，可启动一些单个的动作。最后，一旦该活动运行，账户管理者就可生成报告给审计 214 并评估给定的活动或动作成功。

[0075] 现在参见图 3，描述了移动销售平台的实施例的模块架构图 300。移动销售平台基于包含各种算法、软件以及数据处理部件的多个基础结构模块。这些模块为移动销售平台提供框架。该平台使用移动服务管理器 (MSM)302。MSM 302 是移动应用的应用服务器，该服务器包括一组处理平台和移动设备之间消息的子程序。MSM 302 包括基本的 I/O 处理器、数据库交易管理器抽象层、独立于 XML 网络设备的用户界面模块、以及下文描述的状态机定义和执行运行时间。

[0076] 另外，MSM 为各种部件和模块提供基础结构以进行操作，包括负责计划移动广告和移动销售动作的活动计划器 304、用于建立和执行 SMS 推销的推销模块 306、负责建立和执行 SMS 报警的报警模块 308。当广播管理器 312 负责广播应被发布到目标读者客户成员的内容的同时，动作管理器 310 包含并执行活动的已定义的动作。移动俱乐部管理器 314 模块负责下文要说明的基于移动社区的动作。关键字管理器 316 处理移动用户作为 SMS 消息发短信至短代码的关键字。下载管理器 318 负责向移动设备传递内容。拖拽 (draw) 管理器 320 在动作中的参与者之间执行拖拽，并宣布获胜者。预订管理器 322 负责管理用户概况和各种服务的预订。监视管理器 324 监视、聚集并且报告与活动相关联的数据。消息基础架构 334 负责 MSM 302 的 SMS 发消息能力。

[0077] MSM 302 与诸如数据库的数据储存库 326 连接，该数据储存库包含与活动相关联

的数据（诸如广告内容文件、客户概况数据等）。内容储存库 328 存储用于活动（包括图像、声音、视频、文本和二进制文件）的内容。它还提供了具有移动设备能力（诸如显示 (rendering) 语言、图形尺寸、用于校正给每个特定移动设备的翻译页面的支持文件扩展）的储存库。横幅管理器 330 负责管理外部 WAP 站点中的广告横幅和它们的位置，以及负责当请求到来时将合适的横幅提供给这些站点的 WAP 页面。MSM 302 还连接到与活动相关联或由活动所创建的 WAP 站点，如下所述。

[0078] 现在参见图 4，示出了移动广告活动管理系统架构 400。如上所述，活动管理模块 402 包括需要管理广告活动的功能和属性。在活动管理器下是广告和销售引擎 404 的模块。在一个实施例中，与上述的广告动作相关联的模块包括：移动电视广告和资助视频管理器、广告资助的内容管理器、WAP 横幅和广告管理器以及编制器模块。在一个实施例中，销售动作的管理模块包括：升级管理器、移动通信管理器、广播管理器、以及近似销售管理器。监控和报告系统 406 与销售和广告管理器的所有管理器相连接，以向基准 (benchmark)、规格以及其他活动管理器感兴趣的数据提供更新。

[0079] 管理系统还包括操作工具 408，以处理操作任务。包含培训中心和通信点模块的通信和培训工具 410 也是系统的部。个性化管理器 412 跨越管理系统的各个层以向终端用户提供定制的和目标的广告。移动 CRM 模块 413 提供移动社区创建的功能，在下文中会对其进行解释。

[0080] 移动销售平台可通过创建和运行通过聚集多个动作而建立的活动来使客户与广告和销售特征衔接。通常，通过使用预生成的模板或者通过创建唯一的定制动作，可建立活动。不同的动作可链接起来形成活动，例如，销售动作链接到广告动作。下文示出了用于给定平台实施例的操作的示例性处理流程。

[0081] 虽然在本文描述了本发明作为模块化结构的一部分的实施例，但是本领域的技术人员应当理解，该平台的功能结构、工具以及能力仅仅是示例性的，并且在不背离本发明的范围的前提下系统的功能可结合或重新配置成可选的结构。上述的移动销售平台模块会在下文中进行更详细地说明。

[0082] 计划模块

[0083] 计划模块允许广告商执行作为自动和图形用户界面平台的一部分的各种功能。更具体地，与计划模块相关联的功能包括为移动销售动作配置品牌的广告和销售预算。此外，计划模块便于将高等级的目标与品牌移动销售策略相关联并且确保这些目标在已分配的预算中规划。通常，在整个销售和广告平台中，每个目标均与许多可测量的规格相关联。目标的关键性能指示器受这些规格的性能影响。另外，通过定义活动日程、活动广告和销售预算、活动目标、目标组以及从预定模板中选择的期望的动作，计划模块有助于设计移动销售活动。根据活动动作的类型（广告或销售），从品牌的总预算中减去分配给活动预算的量。

[0084] 预算和目标

[0085] 移动销售平台的实施例使广告商组织移动销售和移动广告事件（动作）作为移动销售活动的一部分。向导通过引导用户定义活动日程、活动广告和销售预算、活动目标、目标组以及从预定的模板中选择的期望的动作允许活动的组织。引入移动销售或广告动作模板的概念：用户可使用一个或多个模板作为活动的一部分。根据用户的技能设定，向导考虑到配置细节的不同等级。可配置的工作流程考虑到在不同活动阶段设定判定门 (decision

making gate)。批准后，自动执行该活动。在活动和动作层面跟踪活动的性能并使用规格系统对其进行测量。规格直接与活动目标相关。

[0086] 移动销售平台的实施例使广告商和销售人员通过容易使用的接口管理可用于移动销售动作的品牌预算。预算在广告和销售之间被分开并且分别可用于广告和销售活动。通过使用已分配的预算组织移动销售活动，广告商也可以关联可测量的他们想达到的品牌目标。账户管理者有权使用移动销售平台的预算视图，在该移动销售平台，其可经平台为移动销售（销售）和移动广告（广告）建立品牌预算。

[0087] 账户管理者在广告和销售动作之间分配可用的预算。可用预算与分配预算之间的不同是，可用预算是能用于活动的最大预算，而分配预算是用于活动的建议预算。还向账户管理者提供结束的可能性并且在定义一般信息、目标、目标组以及预算之后提交摘要或继续广告和销售计划（活动动作的计划）。动作是活动的主要元素。动作可从预定的动作模板的列表中选择。仍然，在这一点上，这是可选择的并且由账户管理者的判别力来对其进行定义。然而，在一个实施例中，需要定义所有其他的参数，以提交摘要。由此，通过使用所述向导，账户管理者提交活动摘要给账户管理者进行批准。

[0088] 图 5A 中所示的预算视图 500 的用户界面的实施例允许用户（例如，账户管理者）定义客户 502 和产品 504 以及以月为基础的广告和销售预算量。然后，平台计算总的预算量、已使用的和可用的量以及在不同季度使用的量的分布。

[0089] 同样参考图 5B，在一个实施例中，通过向预算建立屏幕 510 输入数据来填充每季度的总数。在这个屏幕内，用户可将钱分配给各种预算类别。

[0090] 参考图 5C，使用向导，账户管理者定义预算信息 530。根据实施例的预算信息 530 可在广告和销售类别之间进行分配。

[0091] 然后，账户管理者转到目标视图屏幕 600（图 6A）以定义活动的目标 602。通过定义目标 602，系统可测量如何接近地达到活动目标。由此，移动销售平台允许广告商和销售人员使用规格系统跟踪移动销售活动和动作的性能。可测量的性能规格与动作相关联。系统允许对这些规格及其结合进行实时跟踪，以提供作为活动规格和动作规格的不同类型的报告。规格可进行分组并且与高等级的品牌目标相关联。

[0092] 账户管理者使用目标视图 600 进行建立品牌目标。通过预定的规格测量品牌目标。平台用户可使用预定的目标或建立新的目标。当通过平台启动新品牌的账户时，典型地建立预算和目标是账户管理者执行的用于捕获商业系统的功能性需求的一种技术。由此，在目标屏幕中，账户管理者列出目标（例如，“构建意识 (buildawareness)”），以及对于示出的特定目标，在时间上与该目标（例如“测试驱动请求”）相关联的规格的结果 604。

[0093] 同样参考图 6B，账户管理者还将预定的目标及相应规格与品牌相关联。由此，账户管理者可使预定目标与品牌相关联或不相关联，并分配相关的规格。向导还允许账户管理者创建由选择的规格测量的定制的目标。账户管理者可从品牌中增加、编辑或消除定制目标。当按下修改按钮 608 时，账户管理者可修改品牌目标。通过按下“从预定选择”单选按钮 612 时，账户管理者将预定目标与品牌相关联。通过按下“新建 (Create new)”614，账户管理者创建定制目标。

[0094] 计划新的活动

[0095] 一旦定义了目标和预算，账户管理者可发送指定至活动设计者的批准（活动摘

要）请求。如图 7A 中所示，通过“活动”视图 700 访问活动，并通过运行提交活动摘要功能生成摘要。在活动视图屏幕 700 中，示出了激活活动的甘特图。该甘特图示出了给定客户的各种活动的开始和结束日期。

[0096] 由此，为了计划新的活动，账户管理者向活动设计者提交活动摘要，该活动摘要是活动设计者通过向导创建的。账户管理者定义关于活动的一般信息（包括预算和目标），以形成活动摘要。活动摘要包括活动特有的的名字、解释活动特点的描述以及日程（含有有效的开始和结束日期）。账户管理者也可为活动建立目标和目标组。目标可从预定的目标的列表中选择，并且在这点上账户管理者除了预定目标外不能增加其他目标。根据对于年龄、性别以及收入的预定范围定义目标组。

[0097] 通过使用向导来填充简要属性。使用向导 720（图 7B），账户管理者定义活动名称 702、其描述 704 及其开始和结束日期 706。接下来，用户经由目标视图 730（图 7C）来定义活动的目标 708 和目标读者。根据一个实施例，可由多个人口统计属性 710（如性别、年龄和收入）来定义目标读者。可用于定义目标读者的其他人口统计属性可包括但不限于：地理位置、种族、国籍、受教育程度、婚姻状态、孩子数量、住宅所有权、汽车所有权、家庭互联网用户、或者办公室互联网用户。用户概况（具有与 MSISDN 类似的唯一标识）也可用行为、买卖和导航属性更新。这些类别的规格包括：每个请求的开始时间 (airtime)、每个请求的字节、每个会话的开始时间、每个会话的字节、每个会话的请求、会话长度、每个月的会话、每个会话的字节、平均点击距离、次序（通过入口移动）、每个会话的访问内容类别、每个类别的请求数、访问某一入口部分时的位置（单元 ID 或经线 / 纬线 XY 坐标）、每个类别的下载数、下载项目、每个类别的流的数目、流项目、搜索关键字。一些人口统计属性可基于观察的行为和概率模型来动态更新。例如，参与标题为“美丽技巧”的活动可得到用户可能是女性的特定值的概率定义，并且动态填充如“美丽产品爱好者”的属性片段字段。同样，其他的人口统计属性可包括但不限于：“WAP 用户”、“Java 游戏者”、“移动电视迷”。

[0098] 一旦活动建立完成，用户就会在新的活动计划完成之后选择发送这个简介作为对建议的请求 (RFP)。这个确定，账户管理者就根据如图 7D 中所示的一组模板 760 定义广告和销售动作。一旦用户根据可用模板选择了活动动作，新活动的创建就完成了。

[0099] 关于活动简介的接收，活动设计者通过运行提交活动建议生成一份建议以响应于简介。每个活动动作的成本和详情均包含在建议中。即使没有简介，仍能启动活动建议的提交。在这种情况下，活动设计者启动活动过程。

[0100] 提交活动建议

[0101] 活动设计者在从账户管理者处接收到活动简介后就对其进行查看。活动设计者可处理在简介中设置的活动参数并且用针对账户管理者的活动建议来响应。

[0102] 活动设计者能复查活动的一般信息（姓名、描述和日程）。活动设计者还选择活动去满足由账户管理者建立的目标和预算。由此，使用如上所述与账户管理者同样的向导，活动设计者查看并更新动作（即使有的话）或定义新的动作。此外，活动可从所有活动的一般的预定动作的列表中选择。而主要不同则是在于，活动设计者被允许处理动作并建立每个动作特有的姓名、说明动作特点的描述（如那些在时间上最接近的）、具有有效开始和结束日期的日程和成本、或分配了预算的部分。而且，活动设计者为活动的成功测量定义规格，为每个规格定义目标。

[0103] 因此，通过使用向导，活动设计者提交活动建议，并且在这一点上活动进入设计阶段，并且活动等待账户管理者批准。活动建议可包括动作列表、动作名称、动作描述、动作日程、动作成本以及与动作相关联的任何规格和目标。

[0104] 活动设计者可通过定义活动名称 802、活动建议描述 804 以及开始和结束日期 806 生成新的活动 800（图 8A）。然后，用户从一组动作模板 808（图 8B）中选择动作、定义动作（成本、描述以及规格目标）830（图 8C）和规格 840（图 8D）。一旦完成，可对条目进行编辑或保存。

[0105] 批准活动建议

[0106] 账户管理者接收由活动设计者建立的活动建议。在这个阶段，账户管理者可查看或编辑活动建议。在这一点上，活动仍然在设计阶段。

[0107] 在活动计划 900（图 9）中选择“查看活动建议”按钮 902 后，账户管理者查看活动动作的列表。在这一点上，账户管理者纵览活动的所有参数并选择接受或拒绝所有动作。账户管理者复查活动设计者提交的活动建议并批准 / 拒绝不同的动作。如果账户管理者选择接受所有动作，那么该活动被批准。另一方面，如果所有动作被拒绝，那么整个活动被取消。

[0108] 账户管理者还可选择特定动作，预览关于动作 1000（图 10）的信息并可选择确认或取消该动作。如果他拒绝动作，他可对其行为添加注释。在这一时间点上，一些动作被批准，而一些仍是待批准。然后，考虑账户管理者的注释（通过执行编辑活动建议），活动设计者编辑建议，然后将建议返回到账户管理者进行批准。

[0109] 在这一点上，账户管理者还可选择取消所有动作从而取消整个活动。

[0110] 个性化模块

[0111] 根据本发明的实施例，包括作为移动销售平台的附加特征的个性化引擎（图 1）。根据一个实施例，个性化引擎的特征是 MMP 的独立模块，然而，可实现备选的配置，其中个性化引擎作为执行模块或计划模块的一部分来组织。如在图 1 中所示，在 MMP 的结构中，个性化模块的示例性位置不限于本文中所描述的说明性的实例。

[0112] 个性化引擎是用于收集、分析和组织客户使用、人口统计和行为数据以动态地将客户分配成片段的服务传递框架，这些片断因此由相应的 MMP 动作顺次寻址。个性化引擎与在移动设备上发送或显示的销售或广告材料相结合。广告内容可通过消息服务（诸如，SMS 或 MMS）传输到用户，或者可以是通过移动设备浏览器（例如，WAP 站点、横幅等）查看的综合的移动网页。

[0113] 参见图 11，示出了个性化引擎模块的高等级流程图 1100。根据一个实施例，移动销售平台个性化模块 1102 从用户声明的响应 1104 收集概况数据、根据过去的动作 1106 分析各个用户行为模式、比较意见相同的用户的偏好 1108、分析由客户数据储存库、CRM 或账单系统提供的外部数据、加权上下文因子 1110 并且将客户组织成由活动动作 1114 实时寻址的动态片段 1112。

[0114] 为了活动目标，个性化模块与所有销售和广告动作交互，用于数据收集并寻址相对于活动目标合适的终端用户。个性化引擎包括许多属性以提高广告的目标传递，这些属性包括但不限于：复杂的用户的概要和自动分段、使用片断和概要数据的目标个性化提供的定义、立即执行和管理、以及根据用户行为的入口的初始导航的自适应。

[0115] 对于每个个人、片段、内容、服务或提升等级，通过分析从多个系统中收集数据来

获得复杂的概况。此外，通过复杂规则和专有的概况算法的使用，引擎为每个单个用户编辑正确的概况。

[0116] 在图 12 中提供了个性化引擎模块的示意图 1200。如上所述，基于一组预定的个性化算法，个性化模块与一组辅助模块交互并创建适应性的用户概况和用户片段，还基于预定的情况触发特定行为。个性化引擎模块的一个实施例的部件包括提供工具的用户界面，用于以行为以及一组 Java(RMI、JMS) 和 XML API's（用于接收任何用户相关数据）添加属性。每种情形中，数据解析器能够实现将数据转换为合适的格式。个性化模块还包括一组 Java(RMI，JMS) 和 XML API's，用于与绘制引擎和本地或远端的 WAP 站点相交互。通过这个 API，引擎收回 WAP 站点的元数据（站点地图、内容信息）并生成个性化内容和布置。API 可被定制为覆盖关于特定数据和内容格式的特殊需求。个性化引擎模块进一步包括用于与概况管理器、片段管理器、监视管理器以及动作管理器（如上所述）交互的 Java API's。还包括核心引擎，用于实现预定个性化的算法并且将简单的用户数据转换成用户概况和行为信息。这个信息被发送到负责管理用户概况的概况管理器。

[0117] 一旦对客户进行了概况简介，概况管理器使用自动分组 (clustering) 将客户自动地分成用于销售分析和目标行为的同质 (homogeneous) 的组。然后，将这些由详细客户级数据驱动的“智能片段”用于活动目标。自动分组揭露了客户的有意义的组，否则用户不可能经由手动分段对这些组进行识别。

[0118] 根据一个实施例，存在个性化引擎实现的几个规则以达到它的同时传递相关广告的目的，以便在终端用户最容易接收的时候并且经由最便利的通信接口（例如，WAP、WEB、SMS、MMS、蓝牙等）达到个性化引擎传递相关广告的目的。这样的规则的一个实施例表明了当用户查找感兴趣的事物时，查看时间段或交互周期持续至少多于一个的点击。终端用户点击的次数越多，平均时间段持续的时间越长。

[0119] 移动销售平台个性化引擎的核心在于来源于统计模型（多个统计模型）的算法编码。实现在产品环境中共存并且在可接受的时帧内足够快的返回结果。当将个性化与完整的增值服务（“VAS”）系统相结合时，移动销售平台个性化模块通过从客户的点击、交易、人口统计、以及从其他服务收集的标定数据 (rating data) 生成的数据来使用数据挖掘技术进行筛选。引擎获取能够以实时方式或批处理方式执行的得分。得分的计算消除了在个性化引擎中为用户保存历史记录的需要（可使存储需求指数级增长）。每个服务 (WAP 站点、SMS 中心、MMS 中心等）将相关数据（数据库、日志文件）保存在历史数据所属的地方并且个性化引擎对用于计算每个服务、内容等的得分的信息进行计算。推荐引擎将个性化实时推荐提供给任何服务。

[0120] 根据一个实施例，个性化引擎由于其具有与标准技术连接的 API 而适合于网络。许多外部的系统（诸如消息系统）不能为其他系统集成提供固有的支持能力。除了得分恢复 API 之外，还存在一个结合任何种类的外部供给源的“收集器”API。因此，开发了所谓的“包装”。这些是与操作员的网络的结合点。通常，包装共存于面向服务的结构（“SOA”）环境中。包装对外部系统的固有格式进行转换并为其他系统提供接口，以与消息系统连接。包装可基于商业逻辑或系统的基础结构实时地或批作业（每星期、每日等）地输入数据。通常，外部系统输入数据以在个性化引擎模块的第二个节点上进行处理，以避免实时系统响应吞吐量的下降。

[0121] 图 13 描述了呈现给活动管理器的直观显示 1300，其使用了根据一个实施例的包含个性化引擎的移动销售平台。片段编辑器允许活动设计者通过选择特定类别（能够将销售活动限制为人口统计）指定目标片段。活动设计者可用于定义目标读者的特定准则的实例是年龄组、性别、收入等级、区域、种族婚姻状态、孩子数、住宅所有权、汽车所有权和网络使用。活动设计者可选择一个或多个给定的准则创建活动的目标读者。

[0122] 在各种实施例中，用于计算由媒体购买者和操作员设置的目标属性（相对于在用户概况中的属性）的距离的不同方法和算法可用于定义目标用户。在一个实施例中，使用了基于加权正常化欧几里德距离的方法。距离可在零到无限大之间取值。在一个实施例中，与包含在相关概况数据库里的相应属性精确匹配的属性的目标集合具有距离 0.0，而最不相似的变量具有大到无限大的最大距离。在这种存在与任何一个属性列绝对不匹配的情况下，针对相关广告的呈现计算其它特点。例如，呈现关于页面在同样内容中的一般横幅、房屋横幅或横幅。

[0123] 在一个实施例中，用户属性匹配程序如下。对于在用户概况中的所有现有属性，应用了与目标标准的比较。返回最少距离的总和。具有无穷 (+ ∞) 距离的非匹配变量不进行计算。如果找到了所有属性的精确匹配（距离 = 0.0），则这些匹配优先处于定义动态分段的列表的顶部。余下的匹配基于最小距离进行排名。如果由于一些原因（例如，MSISDNs 的列表的限制）设计者或媒体购买者期望在一些变量中分配较小的重要性，那么加权（其小于 1）与那个属性中的距离相乘。因此，当计算距离的总和时，较低重要性是通过减少一些感兴趣的变量的重要性的权重参数而被反映在总和上的。如果没有指定权重，那么对于所有目标属性乘数被假定为一并且相等。相反，在用户匹配程序的一个实施例中，大于 1 的权重可用于强调某些感兴趣的变量。目标属性和概况之间的欧几里德距离通过下面表达式描述：

[0124] $$d(x,y)=\sqrt{\sum_{i=1}^{y}\left(\frac{x_i-y_i}{\sigma_i}\right)^2 w_i}$$

[0125] 此处，$x = (x_1, \ldots, x_i)$ 是相关模块用来进行比较的目标属性，$y = (y_1, \ldots, y_i)$ 是在用户概况中的属性，$i = 1 \ldots, n$ 是属性的数目，以及 w_i 是第 i 个属性的权重。因此，x_i 是目标属性 i 的值，y_i 是属性 i 的概况值，而 σ_i 是属性 i 的标准差。

[0126] 相应的，计算标准差的表达式是

[0127] $$\sigma=\sqrt{\frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N}\left((x_i-\bar{x})\right)^2}$$

[0128] 关于标准差，N 是可能值的数目，x_i 对应于每个离散属性值，而 $\bar{x}$ 是属性值的平均值。使用标准差的原因是因为对于所有属性值需要公用的衡量以使之互相比较。例如，属性可具有几千的数量级的范围（例如，收入），而其它属性具有定为 1 到 99 的数量级的范围（例如，年龄）。没有使用标准差程序对这些值进行规格化时，该值是不可比的。最后，在一个优选实施例中，通过将每个欧几里德距离除以所有欧几里德距离的最大值，值被规格化到范围 [0.0, 1.0]。

[0129] 根据一个实施例，个性化算法的实例是基于时间和日期计算访问的分数的半衰期算法。通常，半衰期算法保证，年龄访问以完全相同的方式发生，这与访问的时间和日期无

关。它基于从最近访问时间的时间间隔和先前分数进行工作。

[0130]

$$score = \frac{pscore}{(now - laccessed)^2 / halflife} + inc \qquad \text{(Eq. 1)}$$

[0131] 方程式 (Eq. 1) 说明分数 (score) 等于先前分数 (pscore) 除以当前时间 (now) 与最近访问时间 (laccessed) 的差的平方，除以半衰期值 (halflife)（其可基于项目类型进行配置）加上增加值 (inc)（其可基于项目类型进行配置）。

[0132] 为了进一步阐述作为实例并且在图 14 中示出的方程式，假定两个项目 A 和 B 存在。假设项目在入口是链接并且该项目需要基于页面中的使用而重新排序。这个例子假定从 1 到 18 的一个简单时帧。还必须定义两个项目的一个进入时间点。假定项目 A 在时刻 10 并且然后在时刻 18 被访问，而项目 B 在时刻 12 然后在时刻 14 被访问。基于等式 1，项目分数将是：

[0133] 时刻 10->A 具有分数 1.25

[0134] 时刻 12->B 具有分数 1.0625

[0135] 时刻 14->B 具有分数 1.265625

[0136] 时刻 18->A 具有分数 1.01953125

[0137] 高分数表明使用较多。如在实例中看到的，分数表明：项目的使用频率越高，给出的分数就越高。当页面在时刻 19 呈现时，链接将根据分数排列。半衰期和增加值可基于项目的类型的事实，表示不同的分数是基于项目以及如何对其进行排序而存在的。

[0138] 这种算法的优点是个性化引擎仅保持了被访问的项目的记录而不保存可能导致存储数据库指数级增长的每个项目的历史记录。进一步，当在背景中注册项目自身时，会发生计算（和数据挖掘），而不需要响应于请求而导致延迟。

[0139] 领域 (realm) 的使用进一步扩展了个性化引擎的功效和使用。如本文中使用的，领域定义为一个区域 / 部分，其中由个性化引擎对用户动作进行监控和评估。领域提供了基于类型区分项目的能力。例如，转换成可下载的项目的项目（诸如 WAP 使用等）可以是感兴趣的。数据挖掘过程基于隶属于它的规则来识别项目，并向个性化引擎供给数据。又例如，可引入“使用类型”领域以保持跟踪用户的使用。跟踪的项目可以是“SMS”、“语音”、“WAP”。在领域内基于项目的分数，系统可找出与使用个性化引擎的概况管理器结合的用户的行为。

[0140] 另一个示意性实例情形涉及其 MSISDN 以 45 岁的妈妈的名字注册的客户。然而，电话的实际用户是一个 18 岁的年轻男孩。当浏览操作员的入口时，实际用户不会点击人口统计学的（如美丽技巧、子女养育等）横幅广告产品。相反，用户点击典型地与年轻男子相关联的人口统计学（如音乐、运动等）的横幅。基于动作收集数据的个性化引擎可将 MSISDN 重新关联到 18 ～ 24 岁年龄组、音乐迷和运动迷的分段。在随后的活动中，显示给这个用户的横幅广告将涉及到音乐和运动（和与美丽无关的内容），因此，广告的吸引力和最终的购买可能性被最大化，对媒体购买者和接收与其兴趣 / 需要相关的广告的终端用户都产生最大的影响。对于广播 SMS 动作（即，经由 SMS 向移动电话发送广告），用户将适合接收与其之前跟踪动作或相似意向的用户相关的广告。

[0141] 继续上面的情况，假定同样的电话 /MSISDN 现在被妈妈用于参加 SMS 发短信赢大

奖比赛。向她呈现的是响应于她的概况数据并接收多个点和免费内容的选项。终端用户一发送她的概况数据，MSISDN 就立即动态地重新关联到合适的市场片段。在这种情况下，用户声明的属性在个性化模块算法中具有较高的权重。

[0142] 执行模块

[0143] 执行模块允许平台用户执行各种任务。例如，典型的任务包括但不限于：设计活动和操作活动。更具体地，平台的执行模块便于移动销售活动的设计。通过使用一系列定制的用于满足广告商需求的执行工具来达到这个目标。同样，一旦经过设计，执行模块就提供一组可用于操作移动销售活动的操作工具。

[0144] 配置活动动作

[0145] 对于那些已被账户管理者批准的动作，活动设计者可使用相应的配置工具继续进行该动作的配置。对于大多数动作来说，如上所述，配置工具是一个向导。

[0146] 当查看如在图 15 中所示的活动计划 1500 时，平台用户可选择配置如上所述已经被账户管理者批准的特定活动。通过突出 (highlight) 显示动作 1502 并按下“配置动作 (configure thisactivity)”按钮 1504(图 15)，平台用户进入动作的特定向导。如上所述，动作的选择和动作的配置可由活动设计者在计划阶段完成。创建过程和配置过程二者是相似的，而与活动的状态无关。

[0147] 当活动设计者按步骤通过整个向导时，图 16A 至图 16C 示出了呈现给活动设计者的各种显示。向导的参数和部件并不通用且是根据动作而特有的。例如，对于“发短信赢大奖”动作的向导，可将彩票或其他竞赛出价经由短消息服务 (SMS)(请客户响应该 SMS 以符合获奖条件）发送给用户的竞赛允许活动设计者定义动作的一般信息。对每一个包括这个动作的活动，活动设计者可定义属性的数目，属性包括：动作的名称 1602、开始 1604 和结束 1606 日期、服务名称 1608、短代码地址 1610、关键字 1612 和停止 (STOP)/帮助 (HELP) 消息 1614。

[0148] 此外，根据一个实施例，活动设计者可定义由下列属性表示的“即时赢 (Instant Win)”竞赛的功能特性（图 16B、图 16C)：姓名 1602、客户定义奖品 1615、频率 1616、获胜者数量 1618、获奖消息 1620、“接近赢 (close-to-win)”消息 1622。动作的这些主要元素定义了流程和用户交互。另外，向导允许非获胜者 1624 的消息的输入。

[0149] 已配置的动作的一个实施例包括允许活动设计者通过执行一系列图来授予奖品的奖品管理器模块（图 17)。活动设计者可定义属性 1702 包括：图的名称、开始和结束日期、奖品、需要参加的点数以及允许的获胜者总数目。

[0150] 虽然上面描述了即时赢和奖品管理器活动，但本领域的技术人员应当理解，描述的特定动作仅是实例且本发明的范围不限于这些示意性的动作。附加的示例性动作在下面的附表 A 中列出，然而，在不背离本发明的范围的情况下，可实现其他的活动。

[0151] 一旦活动设计者完成创建和配置为活动设计的动作。执行模块依赖包括在平台中的操作工具以激活活动并且向客户发布广告和销售内容。

[0152] 通过移动服务执行活动

[0153] 根据一个实施例，通过使用 SMS 与移动设备通信，移动销售平台经由到客户的移动设备的移动服务执行移动销售活动。SMS 代表短消息系统，其只是文本交互（而与丰富的用户界面不同），仅限于用户交互能力，这是因为：1) 呈现给用户的信息量是有限的（典型

的 SMS 大约 160 个字符）;2)。通常给用户提示他 / 她不期望记住的可用命令 ;以及 3) 交互的偶发性使保持长时间对话不切实际。为了克服这些问题，在一个实施例中，移动销售平台利用状态机作为可操作工具去执行活动。在用户和状态机之间的对话实际上使移动销售平台的每个用户在操作状态之间进行转换。

[0154] 根据一个实施例，在本文中称为“TextApps”的移动销售平台的某些应用响应于经由 SMS 从用户接收的文本。当接收到文本时，使用下列三个模型中的一个进行文本匹配算法 :精确匹配、正则表达式匹配和近似匹配。

[0155] 使用精确匹配或者近似匹配模型允许匹配输入前缀的可能性。在一个实施例中，前缀意思是 SMS 文本的从文本第一个字符开始的邻接部分。例如，文本“HELLO WORLD”的前缀可以是“H”、“HE”、“HEL”、“HELL”、“HELLO”等。在精确前缀匹配和正则表达式匹配中，匹配是根据其匹配的输入的百分比进行排名的。如果规则表达式匹配和精确匹配都在输入的相同部分出现，则总给予精确匹配优先级。

[0156] 此外，在一个实施例中，每个 TextApp 均与会话超时相关联。在超时时间中止后，用户进入全局“开始”状态，而不考虑他或她在超时出现时所处的状态。TextAppServer 配置成基本文件系统目录。配置 TextApp 与在 TextAppServer 中创建新目录一样简单，TextAppServer 在文件‘statemachine.xml’中包含状态机描述。通过删除目录或将文件‘statemachine.xml’重命名为其它文件名来执行对 TextApp 的除去配置。在 XML 文件中描述了状态机描述，XML 文件必须符合特定的 XML 格式定义 (XSD，XML SchemaDefinition)。同样地，在一个实施例中，状态机是包含 XML 格式（遵循特定的语法和结构）数据的文件。例如，通过使用 StarUML™ 打开源文件程序可创建状态机。

[0157] 在一个实施例中，每个销售活动均被配置成一系列的状态。当存在来自用户的输入或由于系统状态（例如，由于超时）的内部变化时，出现状态之间的转换。许多活动具有一组相似的状态。例如，基本上所有的活动都有“开始”状态并且大多数需要“登记”状态。当移动设备用户以某种方式（如通过访问 URL) 指明与移动销售平台交互的愿望时，平台从开始状态向登记状态转换。登记状态请求来自于移动设备用户的登记信息，并且用户对请求的响应成为引起状态转换（例如，转换到确认状态，其使用户确认他或她是经过注册的）的事件。状态机的使用允许建立运行时间系统，其能够以任意的用户数量来运行。

[0158] 图 18 示出了根据本发明的实施例的示意性的状态机，在其中请求用户输入 (0 表示用户输入）。当转换状态时，状态机可包括一组由平台随意指定和执行的行为（代码）。

[0159] 根据“解算器 (resolver)”部件解算脚本函数，脚本函数可转交到状态机执行。如上所述，这个特点被用于移动服务管理器（“MSM”）中，以允许服务向其文本应用提供不同的脚本功能。BeanShell(BSH) 脚本也可列入“脚本 (script)”元件内。这些脚本定义了能被用在布尔守卫 (Boolean guard) 和非终止行为表达式中的功能。下面的实例用作示例性的、非正式的实例，其格式可能与根据本发明的实施例类似，全部规则的一个实例如下 :

[0160] <at>

[0161] <anystate/>

[0162] <when>

[0163] <input>CHAT</input>

[0164] <guard>！ isRegistered(msisdn)</guard>

[0165] <transition>

[0166] <state>acceptingTerms</state>

[0167] <action>sms(msisdn," Welcome to the chat service of Vizzavi.To

[0168] register,you must accept the terms and conditions in www.vizzavi.gr.Please text A CCEPT

[0169] to accept these")</action>

[0170] </transition>

[0171] </when>

[0172] <when>

[0173] <input>MATCH</input>

[0174] <guard>isRegistered(msisdn)</guard>

[0175] <action>sms(msisdn, " Your name is:" +name+" There are

[0176] " +mboxSz(msisdn)+ " msgs in your maibox.\n Currently there are" +numberOfUsers0+"

[0177] users available for chatting ! ")</action>

[0178] </when>

[0179] ...

[0180] </at>

[0181] 局部规则的一个实例如下：

[0182] <at>

[0183] <state>accepting Terms</state>

[0184] <when>

[0185] <input>ACCEPT</input>

[0186] <transition>

[0187] <state>selectingName</state>

[0188] <action>sms(msisdn, " Send the nickname you want to use-it must

[0189] not be longer than 8 characters and must not contain spaces or special characters e.g.

[0190] LUVRBOY1")</action>

[0191] </transition>

[0192] </when>

[0193] <when>

[0194] <prefix/>

[0195] <action>sms(msisdn, " You must accept the terms and conditions in

[0196] www.vizzavi.gr.(text ACCEPT)for this service.To unregister,do not send any more

[0197] messages″)</action>

[0198] </when>

[0199] </at>

[0200] 当移动设备使用移动浏览器应用（诸如,WAP 浏览器）访问 WAP 页面和内容时,系统需要检索数据（诸如,文本和信息）和内容（诸如,图像）且根据设备的能力将其呈现给设备。为与移动设备通信,系统分离数据（显示什么）和呈现（如何显示——在移动显示器上的内容的外观）。为了以这种方式传递内容,第一步是从内容供应中分离出内容建立。在一个实施例中,由于 XML 是独立于平台的且是可塑的,故内容以 XML 形式表达。供应内容是将 XML 转换为移动设备期望的格式。可扩展的设计语言 (XSL,ExtensibleStylesheet Language) 用在转换上。

[0201] 在图 19 所示的类 JSP 模型中,为了在移动设备上进行显示,Java 服务器页面技术接收内容并通过模板将其转换成基于 HTML 的内容。然而,本发明的一个实施例使用模板并将内容转换成 XML,通过可扩展语言转换 (XSLT) 将内容转换为 HTML。

[0202] 图 20 描述了在这样方法中的步骤和信息流。信息流从上流到下。在这个实施例中,在顶部,由 Java 或 SQL 产生的各种内容模块用于产生临时 XML 片段（例如,页面格式和来自请求目录搜索的数据）。当一个 XML 片段按步骤向下移动时,这些临时的片段被结合。这些片段用于产生包含要显示的内容的最终的临时 XML 文档。一旦所有数据和部分临时 XML 集聚为一个单个的 XML 文档,则（如在最后一列之前的列中所示）应用 XSLT 将单个的 XML 文档转换成可由各种移动设备显示的各种格式 (HTML、SOAP、XML 等）。

[0203] 下面例的实例演示了图 20 的最后一步,即,使用 XML 网络 2(Web2) 实现分别以 HTML 和 WML（使用两个不同 XSL 转换）传递相同的内容（如在原始 XML 文件的形式中所得到的）。

[0204] XML 原数据显示如下：

[0205] <content name = ″/cm-leaf-preview″ >

[0206] <content name = ″ /cms:root/Dynamic

[0207] Content/DoctorBet/users/favorite.idd″ >

[0208] <name>idd</name>

[0209] <content localname = ″ root/Dynamic

[0210] Content/DoctorBet/users/favorite.idd″ name = ″ /builtin:text″ >

[0211] <value>200</value>

[0212] </vontent>

[0213] </content>

[0214] <content name = ″ /cms:root/Dynamic

[0215] Content/DoctorBet/users/favorite.teams″ >

[0216] <name>teams</name>

[0217] <content localname = ″ root/Dynamic

[0218] Content/DoctorBet/users/favorite.teams″ name = ″ /builtin:text″ >

[0219] <value>TeamA-TeamB</value>

[0220] </content>

[0221] </content>

[0222] <content name ＝" /cms:root/Dynamic

[0223] Content/DoctorBet/users/favorite.selection" >

[0224] <name>selection</name>

[0225] <content localname ＝" root/Dynamic

[0226] Content/DoctorBet/users/favorite.selection" name ＝" /builtin:text" >

[0227] <value>1</value>

[0228] </content>

[0229] </content>

[0230] <content name ＝" /cms:root/Dynamic

[0231] Content/DoctorBet/users/favorite.odds" >

[0232] <name>odds</name>

[0233] <content localname ＝" root/Dynamic

[0234] Content/DoctorBet/users/favorite.odds" name ＝" /builtin:text" >

[0235] <value>4.70</value>

[0236] </content>

[0237] </content>

[0238] <content name ＝" /cms:root/Dynamic

[0239] Content/DoctorBet/users/favorite.stake" >

[0240] <name>stake</name>

[0241] <content localname ＝" root/Dynamic

[0242] Conntent/DoctorBet/users/favorite.stake" name ＝" /builtin:text" >

[0243] <value>5/6</value>

[0244] </content>

[0245] </content>

[0246] </content>

[0247] WML 输出显示为：

[0248] <？ xml version ＝" 1.0" encoding ＝" UTF-8" ？ ><wml><card

[0249] id ＝" Favorite" >
Favorite

<table columns ＝" 2"

[0250] align ＝ " CC " ><tr><td>Game Code:</td><td>200</td></

tr><tr><td>Teams

[0251] :</td><td>TeamA-TeamB</td></tr><tr><td>Selection

[0252] :</td><td>1</td></tr><tr><td>Odds

[0253] :</td><td>4.70</td></tr><tr><td>Stake

[0254] :</td><td>5/6</td></tr></table>

 </card></wml>

[0255] 图 21A 中描述了如在浏览器应用（模拟索尼爱立信 S700i 电话）中查看的上文的 WML 文档。

[0256] HTML 输出显示为：

[0257] <？ xml version ＝" 1.0" encoding ＝" UTF-8" ？ ><html xmlns ＝" http:/

www.w3.org/1999/html"

[0258] xml:lang ="en" ><head><title>

[0259] Favorite

[0260] </title></head><body> <h2>Favoriet</h2>
<table><tr><td

[0261] align ="center" >

[0262] Game Code

[0263] </td><td

[0264] align ="center" >200</td></tr><tr><td align ="center" >

[0265] Teams

[0266] </td><td align ="center" >Team A-

[0267] TeamB</td></tr><tr><td align ="center" >

[0268] Selection

[0269] </td><td

[0270] align ="center" >1</td></tr><tr><td align ="center" >

[0271] Odds

[0272] </td><td

[0273] align ="center" >4.70</td></tr><tr><td align ="center" >

[0274] Stake

[0275] </td><td

[0276] align ="center" >5/6</td></tr></table> </body></html>

[0277] 在图 21B 中描述了如在浏览器应用中查看的上文的 HTML 文档。

[0278] 报告模块

[0279] 类似地，报告模块允许用户生成关于活动的信息，该活动被设计为使用系统或者由给定实体使用。报告模块包括有助于方便审核和报告的工具组，以确保广告支出与销售结果及客户利益相关。报告模块可用于跟踪相对于设置的实行目标的活动和动作的性能。对在特定的广告活动中的每个动作，定义规格系统。此外，对每个规格，在给定活动的设计期间或针对与给定的活动相关联的规格设定目标。从客户与活动的交互动态生成规格值。由于这些特征，动作类型、已分配的预算和活动性能都可以是相关联的。通常，分配给活动的更高预算对应于设定的更高目标。

[0280] 此外，报告模块允许品牌目标的性能跟踪。与规格相联系的目标的性能被活动（包括与这些规格相关联的动作）的性能影响。因此，终端用户与运行的活动的交互影响着品牌目标并允许广告商测量其动作的效果，并且通过例如重新分配可用预算继续进行校正的行为。作为附加特征，当系统指示出较差的活动性能时，报告模块允许平台的给定用户继续进行校正的行为。在有问题方案的实例中，诸如在当前活动性能（使用规格系统测得）的方案指示活动目标不满足时，平台包括某些警告特征。在这样的一个实例中，平台可通知广告商并寻求咨询以采取校正的行为。此外，在一些实施例中，当出现与目标的偏差时，使用规则引擎或其他方法可使校正行为的选择自动化。

[0281] 根据一个实施例，移动销售平台提供报告工具从而以令人信服和有效的方式呈现活动数据。平台用户可使用“执行仪表板”2200（图 22）和“客户仪表板”2300（图 23）在

品牌层面查看报告和相关数据。报告和数据的部分也可在“预算”和“目标”视图下明确呈现。

[0282] “执行仪表板”2200 示出了通过广告和销售划分的被利用以及未利用的预算，其针对单个活动、单个客户或被客户组进行按季度示出。用户也可查看地理分布和活动日程。类似地，“客户仪表板”2300 显示活动、预算、目标和包含任务列表的客户的活动日程。此外，报告部分合并在“预算”和“目标”视图中。

[0283] 最后，利用活动分析 2400（图 24）屏幕可获得关于给定活动的额外分析。从这一个屏幕，用户可查看活动、人口统计、任务列表以及可下载的报告。

[0284] 活动动作实例

[0285] 移动销售平台允许销售者同时地快速执行和监控许多活动。在减少操作成本的同时，这产生了通过以更短的时间进入市场以及更大量的活动而增加的潜在收益。平台也可使用设计和集成的附加部件，以增加广告活动的有效宽度。下面描述的部件的实施例可与移动销售平台无缝地集成。根据上述的执行模块（作为广告或销售活动的设计和执行的一部分）内的模板创建或修改本文所描述的说明性的动作。

[0286] 移动电视和视频管理器

[0287] 本发明的另一实施例包括移动电视和视频广告管理器，视频广告管理器能使活动创建者将间隙广告包含在流和可下载视频内容中。如上所述，作为移动销售平台的一部分，管理器可实现为动作模板。根据本发明的一个实施例，移动电视和视频广告管理器的用户界面在图 25 中示出。移动电视和视频管理器是动作管理工具，用于上传视频广告并将其作为间隙广告发布在移动电视或即时服务的视频上。管理器允许活动设计者将传输中的广告混合至内容中、处理几种类型的可下载和流式事件、以及在终端用户选择查看具有广告的内容而不是查看没有广告的内容时提供打折定价。

[0288] 如在图 26 中描述，移动电视和视频管理器动作模板已经扩展至在数字视频广播 - 地面（“DVB-T”）广播中的广告插入。根据本发明的实施例，在图 26 中描述了广播系统的流程图。根据一个实施例，广播信道是单向的并且包括视频、音频和数据。从服务提供商到用户建立该信道。其可包括前向交互式路径。交互式信道是双向的并且为了交互的目的而被建立在服务提供商和终端用户之间。其是通过从用户到服务提供商的返回信道而构建的，用于进行请求、提供确认、消息响应、投票等。返回信道是窄带。从服务提供商到用户的前向交互路径用于传送从服务提供商到用户的交互服务数据或相关信息。前向交互路径是包括由系统提供的目标间隙广告的信道。前向交互路径可嵌入广播信道，或者可以是分离的。网络接口单元包括广播接口模块和交互接口模块。接口模块在用户终端中与终端设备相嵌，使得终端可具有用于广播信道和交互信道的接口。

[0289] DVB-x 协议不指定与每个广播系统相关联的返回信道，这是因为这些系统必须保持与不同返回信道技术的兼容性。本发明的实施例包括用于交互的 GPRS 信道（在前向路径中具有广告插入的能力）的系统和应用。本发明的实施例还包括用于显示广告并为开账单和对帐的目的而收集终端用户响应的终端客户端 (terminal client)。当本文描述的实施例应用于 DVB-T 时，其可用于匹配其它的传输系统（例如，卫星、有线、MATV 等）。

[0290] 使用 2D 码的产品预订系统

[0291] 本发明的一个实施例包括与移动销售平台连接的预订 - 查询系统，利用这样的方

法：具有移动手机的零售商店 / 连锁店的终端客户经由移动 SMS/MMS 消息服务来基于零售商店类别数目获取关于零售商店库存中的产品的可获量信息。实施例进一步允许终端客户为了将来通过柜台购买而使用简单的预定识别字符串或 2D 可扫描标识（如条形码）的 MMS- 编码图像来预订零售店中的可得产品。系统允许具有 SMS/MMS 消息服务的移动手机的用户通过向具有预定语法（包括所指的类别产品 ID 以及，可选地，零售商店识别号）的预定的移动消息服务点（由长码或 5 至 6 位的短码的移动电话号码进行识别）发送 SMS 消息来查询关于某些产品的可获量。此外，本发明的预订和可扫描标识部分进一步允许移动设备用户使用一个或多个 SMS 消息（包含所请求的产品的可获量信息，包括该产品的商店位置和产品当前库存数量）接收来自于系统的产品可获量信息。

[0292] 同样，使用本文中所描述的系统和方法，移动设备或广告平台用户可通过发送具有预定语法的 SMS（包括产品的类别 ID 和指明零售商位置的字符串）对在特定零售商库存中的指定商品进行预订。该系统也可给终端用户提供 SMS 对话框，如果需要，允许该用户以友好的文本方式提供附加的信息。

[0293] 在成功的预订请求情形中，设备用户也可经由 SMS/MMS 以字符串 ID 或 2D 条形码方式接收预订票据，该票据可用作在零售商店中预订的证据。根据一个实施例，以预定 ID 的形式提供如下两种类型的购买证明：a) 作为单独的 SMS 信息传递的基于 GSM 3.38 字符集的可达 160 个字符的唯一的字符串；和 b) 以 MMS 消息形式传递的 2D 条形码图像。这些预订 ID 可以使用零售商店中的对应阅读器，以在预定时间周期内确认预订。所属技术领域的技术人员应当理解，在不背离本发明的范围的情况下，可以利用任何已知的可扫描识别符（诸如 2D 条形码、Aztec 码、b 码、数据矩阵）。在一些实施例中，预订票据消息 (SMS/MMS) 伴随有具有预订细节（产品 ID、描述、价格、商店位置和到期日期）的第二个通知的 SMS 消息，通知用户预订已经成功。作为另一实现，移动设备可用于发送和接收可用语法的 HELP 信息或其他使用查询。

[0294] 除上述实施例之外，本发明的方面包括用于管理可扫描的基于识别符的广告活动或动作的几个特征。这些特征可集成在上面讨论的移动广告平台中。移动销售平台可链接到广告商的零售操作，允许广告活动的目标读者进行查看、购买以及在电子市场中与零售商进行交互。具体地，系统的管理用户可更新提供产品的类别、更新零售商店位置的列表和识别代码、为特定类别产品和 / 或零售 / 商店使能 / 禁用信息 / 预定 SMS/MMS 服务、定义对特定产品的预订是否通过 SMS 字符串或 MMS 2D 条形码传递、经由 SMS/MMS 服务以及在不同的系统实现中实施的其他功能来查看关于产品的预订和查询的流行统计。

[0295] 使用本文中所公开的技术和系统，可以动态地定义确认消息的内容（例如包括被所有用户预订的最受欢迎的产品）、定义 HELP 消息的内容、定义在特定产品 ID 及零售商店的 SMS/MMS 上进行的预订的预订期限、为了与电子购买系统结合而控制配置参数并且为了与零售连锁店库存系统结合而控制配置参数。

[0296] 预订和购买事件票据

[0297] 在另一方面，本发明提供了包含系统和方法的附加的广告和销售能力，用于在移动手机用户感兴趣的艺术家或品牌在一个特定的地理区域里宣告一个新的事件时提醒移动手机用户。在一个实施例中，用户在一个网站上对于他们喜爱的艺术家预登记兴趣，并且在提供的安全电子钱包里临时输入其个人和信用买卖细节。当宣告了其感兴趣的一个新的

事件时，系统通过 SMS 提醒用户该事件并且用户可通过 SMS、因特网或移动因特网预订该事件的票据。当事件的票据在出售时，系统再次通过 SMS 提醒用户，以使其再次通过 SMS、因特网或移动因特网完成其预订的购买。另外，当这样的票据是可获得时，则即使用户以前没有对其进行预订，用户也总是有选择权购买感兴趣的事件的票据。

[0298] 本发明的致力于娱乐的方面使具有使能的 SMS/MMS 消息服务的移动手机的用户对指定艺术家 / 品牌以及优选的地理区域通过在网站填充他们的详细信息来登记兴趣和电子钱包细节。这些被传达到中心系统，用于存储以备后用。设备用户也可经由 SMS 消息或 WAP 压入消息（包括到相关 WAP 页面的索引）接收与其音乐事件（出现在所关心的地理区域）的注册相关的 SMS 提示。此外，当与所关心的艺术家和位置相关的音乐事件的票据正在销售时，本发明这方面的用户也能通过通知用户该音乐事件并向用户提供如何预订 / 购买票据的指令来接收 SMS 提示。在另一实施例中，当与所关心的艺术家 / 位置相关的音乐事件的票据正在销售时，通过通知用户音乐事件并且向用户提供如何预订 / 购买票据的指令，设备用户可以接收 SMS 提示。

[0299] 产品预订系统

[0300] 在图 27 中描述了根据本发明的实施例的用于为了以后购买而预订产品的预订系统的示例性流程图。整体系统的实现经由 SMS/MMS 消息服务为终端用户提供了一个完整、有效、安全、可控、创新、用户友好并且普遍存在的信道，以与票据预订 / 购买系统进行交互。在可预见的未来，系统会通过移动消息服务满足对预订 / 电子购买的事件 / 地点商业的所有可能的需求。

[0301] 如图所示，客户首先请求特定商店中的零售连锁店产品的信息，为在特定商店中购买可获得的产品而请求并接收预订，并且通过 SMS/MMS 接收 1D-2D 的票据。

[0302] 零售连锁店库存系统（“RCIS”），可以是集中的或分布的系统，进行对零售连锁店中的产品可获量的查询，进行对零售连锁店中的产品的预订并创建对应的线性预订 ID（字符串，线性的），以及提供预订 ID（字符串）的确认。

[0303] 移动库存预订系统（“MIRS”）从客户接收 SMS 并将其转换 RCIS 请求，接收 RCIS 对查询的响应并转换成通知的 SMS 消息转发给客户，以及接收对预订请求的 RCIS 响应并将预订 ID 转换成 1D 加密字符串或 2D 条形码图像。已转换的预定 ID 通过 MIRS 方法（包括来自于类似用户概况的个人信息的必要信息和移动手机 MSISDN，以保护 MIRS 加密方案的预订信息）作为 SMS（对于 1D 加密字符串可达 160 个字符）或 MMS（多于 160 个字符）被转发至终端用户。

[0304] 作为系统的一部分，RCIS-MIRS 阅读器对于 SMS/MMS 1D/2D 预订 ID 经蓝牙或其他无线传输接受来自移动手机的 MIRS 加密的预订数据，或者对于 MMS ID 经由扫描仪（诸如扫描相机）接受上述预定数据，并解密该数据以用 RCIS 系统校验该预订。

[0305] 根据预订系统的一个实施例，执行一系列行为。首先，客户对预订的请求经由移动起始（“MO”）SMS 发送到 MIRS。接下来，MIRS 请求来自于 RCIS 的对用户概况和请求的产品的预订。RCIS 接收来自于具有 RCIS 预订 ID 的 RCIS 的成功的响应。依次地，RCIS 将预订 ID 和唯一的用户概况信息结合至移动终止（“MT”）消息，该消息是 SMS 160 字符消息或具有 2D 条形码图像和附加元数据的 MMS。此外，将 MT 消息传输到客户。客户将 MT 消息提供给 MIRS-RCIS 阅读器。根据一个实施例，这种传输利用蓝牙无线技术；然而，可使用任何合

适的无线协议。这种方法可用于 SMS 和 MMS 编码的预订。将 MT 消息提供给 MIRS-RCIS 阅读器，在一个实施例中，光学相机连接至 MIRS-RCIS 控制器。MIRS-RCIS 阅读器控制器转发接收的 MT 消息并且对于至具有额外信息（例如，客户 MSISDN）的 MIRS 的加密信息进行校验请求。此外，RCIS 执行校验并返回成功和预订的产品信息。最后，操作员可给客户提供其预订的产品。

[0306] WAP 站点设计

[0307] 移动销售平台的另一实施例包括用于移动网站的创建的界面友好而有效的工具。当准备广告活动时，编辑用于在移动设备上显示的页面的能力会遇到许多挑战。本系统解决了这些问题。网站设计工具方面包括：适用于和可定制为给设计者提供对站点的可视布局的完全控制的模板，和具有拖放功能的近乎“所见即所得”（“WYSISYG”）的编辑环境，以及结合在页面设计中的一套丰富的预设置部件。设计工具还提供与移动销售平台无缝集成和上述的店面功能。根据移动设备访问页面的能力，设计工具提供页面和部件的动态适应。

[0308] 根据一个实施例，设计工具包括，在成功登录之后显示给用户或编辑者的第一个屏幕。然后，编辑者选择“创建新站点”功能。系统提供对话框，其中用户可指定站点标题、简称、代码页。用户输入信息并选择“下一步”以进入下一个步骤或者选择“取消”放弃新站点的创建过程。然后，系统呈现从头创建站点的具有选项的对话框、通过复制现有站点来创建站点、或通过克隆模型站点（根据模板）来创建站点。

[0309] 如果用户选择“从头开始(Create from scratch)”，则系统显示编辑屏幕。如果用户选择通过复制现有的站点创建站点，则系统显示现有的站点（对于每个站点具有标题和简称）的列表，用户可从该列表选择一个站点进行复制。用户选择站点，然后选择“创建”。系统创建一个新站点（其是所选择的站点的副本）并显示编辑屏幕。

[0310] 如果编辑者选择通过克隆模型站点来创建站点，则系统显示现有的模型站点的列表（对于每个站点均有标题和简称），用户可从该列表选择站点来克隆。选择模型站点后，对于包含在站点内的模板，显示一组极小的图像。编辑者选择模板站点，然后选择“创建”。系统创建一个新站点（其是所选择站点的完全相同的副本）并显示编辑屏幕。如果复制现有的站点或选择模型站点，系统从现有的站点或模型站点将一切复制到新站点，包括所有站点属性、站点地图、模板、页面、站点内容库（并非结构的复制）以及到内容管理系统的其他内容的索引。通过复制现有的一个站点创建新的站点导致新站点独立于原站点并与原站点相分离。对原站点的任何改变将不会改变作为副本创建的那个站点。

[0311] 一旦站点被创建，编辑者可编辑该页面。系统呈现页面编辑屏幕，该屏具有编辑画面、可用页面元件以及显示选择的元件（并允许编辑值）属性的属性框。编辑画面是页面的近似 WYSIWIG 的表示，其中显示页面部分（如使用中的模板所定义的）并且可使用拖放方法放进或移除页面元件。

[0312] 用户可将元件拖进画布中或放出画布外，编辑放在画面上的元件的属性，在将元件放在画布上之前检查元素的可用属性，或编辑页面属性。另外，可防止用户编辑（改变属性或拖入和拖出元件）锁定部分和锁定容器 (container)（如使用中的模板所定义的），但是用户可选择锁定部分或锁定容器查看其属性。容器是在页面的一部分内的一个区域（诸如长方形区域），其中可放置一个或多个页面元件。容器可用于控制该部分内的元件的放置和背景（如对齐和背景颜色）。容器的使用还允许通过在同一区中的容器之间提供可调整

间隙在部分的层面上控制格式。此外，用户不能编辑在页面模板中标记为锁定的页面元件属性（锁定用于属性组），但是可看到不能编辑的锁定的属性。

[0313] 编辑者通过选择“在同一版本上保存改变”或“以新版本保存改变”完成编辑页面。如果用户选择“在同一版本上保存改变”，则系统警告改变将被保存在页面的同一版本中。如果编辑者选择“提交改变”，则页面保存为同一版本。如果编辑者选择“返回页面编辑”，则系统返回到页面编辑模式。如果用户选择“以新版本保存改变”，则系统显示编辑者可写入注释或留为空白的对话框。在该窗口上有两个可用选择，一个用于保存（“提交改变”），一个用于返回页面编辑（“返回页面编辑”）。如果编辑者选择“提交”，如果真有的话，页面会被保存为具有相关注释的新版本。如果编辑者选择“返回页面编辑”，系统会返回到编辑模式。如果用户选择“放弃改变”，系统会警告改变将丢失。如果编辑者选择“改变将丢失”，系统会关闭页面编辑屏幕。如果编辑者选择“返回到页面编辑”，系统会返回到页面编辑模式。

[0314] 还向编辑者呈现选项以改变或编辑诸如标题或代码页的某些站点属性。呈现给编辑者的另一个功能包括查看站点地图的选项。选择这个选项可以显示具有在页面之间的符号链接（对应于页面内的实际相关链接）的站点地图的图示。编辑者可在站点地图上选择一个页面，然后，选择查看该页面，以只读方式打开页面；或者编辑者可以选择编辑该页面，其以全编辑模式打开页面。系统通过跟踪站点的页面之间的内部超链接来自动构建站点地图。对到外部页面的超链接不进行跟踪。在同样的站点中，页面不需连入其他页面。根据一个实施例，这样的页面在站点地图中标为“孤立页面”。

[0315] 在创建和编辑站点之后，用户可通过选择向当前站点公布变化来保留变化。用户选择“现在公布”、“计划公布”（并输入公布的日期和时间或从日历中选择，还输入将在公布后接收通知的个人或列表的电子邮件地址）或“取消”。如果选择“现在公布”，系统继续公布站点。示出进度条窗口以示出公布的状态，诸如“公布中，请等待 .....”或“公布成功”或“没有公布”。

[0316] 在完成公布之后，在任何情况下，用户可选择“查看日志”以检查在任何情形中所发生的情况。如果选择“计划公布”，则系统为该站点创建公布任务并且将其计划为指定日期和时间。根据一个实施例，在计划公布完成之后，在任何情况下（成功或失败），系统都向指定的电子邮件地址发送电子邮件通知。在公布过程期间，不允许对站点模板和页面进行改变。本发明的一个实施例允许用户公布成不同的站点名称以避免改变活动的站点，然后，选择按照命令或在计划时间公布站点（替换先前的版本）。然后最终的站点可服务于各种目的，诸如移动广告活动的目的或社交入口（socialportal）。

[0317] 根据本发明的实施例，移动站点设计者透明地与移动销售平台相结合。当为销售或广告活动定义和建立动作时，活动设计者可指定由站点设计工具创建的客户参与活动时的登陆页面。例如，如果客户点击与活动相关联的广告或超链接，用户会被带入由站点设计工具创建的移动设备浏览器中的站点。进一步，登陆页面可包括关于广告或竞赛的更多信息，或者可以是用户可预订或购买产品的上述的店面页面。

[0318] 根据本发明的实施例，图 28A 至图 28G 描述了在创建如上所述的移动网站的过程中向用户呈现的某些直观显示。在图 28A 至图 28G 中的直观显示和其他描述不限于本发明的实施例并且本领域普通技术人员应该理解，对下面所列的那些限制的替代是本发明的一

部分。

[0319] 当编辑移动站点的模板时，在登录进应用之后，进入页面（图 28A）就被呈现给用户。在屏幕的右边，用户可查看和编辑模板属性，并且在屏幕的底部，用户可在页面上拖放页面元件。在左手侧，用户将可访问移动站点的站点树视图，并且在画面中央，用户可访问每个模板的设计视图以及进行创建的页面。使用加号 (+) 图标，用户将可创建新的站点、模板或页面。当用户选择创建站点时，出现弹出窗口（图 28B）。用户可通过从头创建新的站点、复制现有的站点或克隆模板站点来开始。如果用户选择通过复制现有的一个站点来创建站点，用户会查看具有站点的列表和与这个功能相关联的模板。

[0320] 如果用户决定通过克隆现有的站点来创建新站点，用户会查看具有模型站点的列表和与这个功能相关的所有模板。模型站点不是用户特有的，而是所有用户共用的。用户也可通过给出名称并且将其与现有的移动站点相关联来创建新的模板（图 28C）。通过复制现有模板或克隆模型模板，用户可从头开始创建模板。如果用户选择通过复制现有模板来创建模板，则用户可查看具有模板的列表以及对所选择的模板的预览。如果用户决定通过克隆现有模板来创建新模板，用户可查看具有模型模板的列表。模型模板不是用户特有的，而是对应用的所有用户是共用的。

[0321] 用户可通过提供名称并将其与现有的移动站点相关联来创建新的页面（图 28D）。用户可从头开始创建新页面或复制现有的页面。在用户选择通过复制现有页面来创建页面的情形下，用户将查看具有页面的列表以及所选页面的预览。

[0322] 为了管理站点，用户可经由树形结构（图 28E）查看站点。这个视图包括模板、页面和公布内容。当用户创建移动站点、模板或页面时，用户可通过选择相关节点并在下拉菜单上按下相关按钮而在特定位置对其进行公布。用户可通过指定公布位置而使站点、模板和页面不公布。

[0323] 当用户选择公布页面（或站点）时，弹出窗口出现，用户可选择一个或多个可用的公布位置。这些位置中的一个可设为缺省。当用户想在指定位置公布该站点时，会出现同样的功能和弹出窗口。当用户选择不从一个位置公布页面时，会出现弹出窗口。同一页面可公布在一个或多个位置并且用户也可不从这些位置中的任一位置公布该页面。当用户不想从一个或多个公布位置公布该站点时，会出现同样的功能和弹出窗口。

[0324] 图 28F 是显示用于向该页面增加移动内容的弹出屏幕。用户可指定内容列表、集合的名字并继续到下一个屏幕。用户可选择特定内容模板中的一个以向移动设备呈现内容。

[0325] 在图 28G 中示出了由站点设计者创建的示意性的网络页面。在上面的实例中，可看到页面的部件元件。页面包括三个部分，上部（命名为“页眉”）、中部（未命名）以及底部（称为“页脚”）。这个实施例的页面的每个部分具有其自己的背景颜色。中间部分的分隔描绘了用户可放置页面元件的容器。根据所示的实施例，选择的模板已锁定页眉和页脚内容，但是允许编辑者定制和编辑容器中的内容。容器可包括诸如图像、文本、超链接、徽标、横幅、视频等内容。

[0326] 移动客户关系管理（“CRM”）

[0327] 根据本发明的一种实施例，移动销售平台包括移动 CRM，移动 CRM 具有使能移动社区的形成的移动社区管理器。当移动社区管理器是移动 CRM 模块的一部分时，如本文中所

使用的，多个术语（或一个术语）可交换地用于描述系统的特征。管理器提供易于使用的动作向导，动作向导覆盖忠实俱乐部和用户生成的动作的内容社区类型。移动 CRM 管理与订户之间进行交互以提高参与，并且分析成员行为。社区是用户的集合，这些用户通过共享人口统计学的或心理描绘图的数据和内容而同意参与社区事件。订户可经由 SMS、WEB 以及 WAP 注册为社区的成员。

[0328] 移动社区管理器使能了移动社区的形成，通过广播管理与订户的交互以提高参与，从而分析成员行为。移动社区管理器提供工具以使用不同的视图（如饼分图和饼图）来分析社区。

[0329] 移动 CRM 还能经由广播与社区成员通信。支持不同的广播类型，诸如但不限于广告、通知消息以及分发移动优惠券或发起诸如小问题的游戏的广播。广播响应被反馈到系统并转变成客户智能 (consumer intelligence)。

[0330] 根据一种实施例，在图 29 中示出，移动 CRM 包括社区和广播两个模块，并且被分成两个面板，如通过移动社区仪表盘看到的。在一个实施例中，广播面板和菜单是缺省显示的。主面板是用于移动 CRM 导航的起始点。主面板提供依赖选择选项（广播或社区）的特定账户的信息和功能，以建立新社区或广播。广播和社区面板示出了与特定广播或社区相关的信息，并且使用户可修改设置和成员的数据。呈现下拉菜单以允许用户选择账户登录。在一个实施例中，在试图使用移动销售平台的任何应用之前，用户必须选择一个账户。

[0331] 在仪表盘接口上提供功能和报告的特征。移动社区管理器的特定账户仪表盘提供与社区和功能相关的数据以创建新社区、编辑社区设置、编辑社区的分段。另外，仪表盘提供分别管理成员详情的功能。为了与社区成员直接通信，移动社区管理器还能进行广播的管理和创建。在仪表盘上提供创建新社区并编辑该社区的功能。在仪表盘显示广播属性和其他数据。移动社区管理器使能客户概况和分段以允许目标广播。片段可为特定广播而定义订户的微社区。由于特征或属性可由用户定义并且仅属于一个社区，所以片段创建是可能的。用户也可在属性编辑器中编辑属性。将在下面更详细的解释片段的定义和创建。

[0332] 为了创建新社区，用户在主面板上选择对应 (+) 的按钮以显示弹出窗口。在动作概况面板上，用户可输入这个动作的唯一名称。在开始字段中，用户可输入推销的开始日期或点击紧邻该字段的图标以在弹出日历中选择日期和时间。在结束字段，用户可输入动作的结束日期，或点击紧邻该字段的图标以在弹出日历中选择日期和时间。接下来，出现短代码设置面板，允许用户选择活动将在其上运行的短代码。用户还可从关键字面板中选择关键字以与这个活动相关联。

[0333] 移动 CRM 的实施例允许用户创建、修改、注册和删除客户、修改客户经历、导入和导出其他相关社区的成员。在移动社区管理器中，成员和属性管理通过向导进行。即，通过从现有文件导入数据或通过手动输入该数据来自动添加成员。为了导入成员数据，用户必须导入包含所有数据的文件。向导可导入数据、显示该数据，并且要求用户对该导入进行复查和确认。为了手动添加成员数据，用户必须在向导中提供的各个字段中输入数据。数据会与用户的 MSISDN 相关联，并且可包括个人的、心理方面的（兴趣、态度、观点）和人口统计的详情。用户还可使用基于在移动社区管理器中已注册和已提供的个人的、心理方面的和人口统计的详情的某一规则来搜索成员。搜索结果由移动社区管理器自动导出。如果用户愿意，其可删除一个或多个成员。为了这样做，其可通过 MSISDN 删除成员，或者必须进行

搜索以找到他们希望删除的一个成员或多个成员，然后对其进行删除。

[0334] 移动 CRM 用户也可与移动销售平台联合为先进的广告活动而创建目标片段。片段可为特定广播定义订户的微社区。如图 30 所示，用户可通过运行增加片段向导来增加片段。用户可使用任意数量的选择的规则来定义许多片段，从而定义其所希望的许多的片段。片段数据可包括个人的、心理方面的和 / 或人口统计的详情。

[0335] 根据一个实施例，广播用于在定义的组（例如，社区）内向多个用户发送单组数据或内容。一旦建立了一个社区或多个社区，移动 CRM 就允许用户建立无数个广播。当建立一个新的广播时，用户为该广播输入唯一的名称。用户可从下拉列表中选择广播的类型、标签类型以及开始和结束日期。备选地，用户可选择开始关于建立工具完成的广播。用户还可定义循环率，广播将以该循环率周期性地重复。

[0336] 如上所述，用户可创建一个目标段以为广播的分布定义特定的读者。基于某一人口统计规则（例如，男性，21 岁以上，单身）确定目标读者允许活动到达那些将在广播内容中找到最大价值的消费者。在上面关于图 3 讨论了关于广播模块的另外的细节。

[0337] 在另一实施例中，移动销售平台通过社会网络与建立的移动社区结合并交互。社会网络站点，如 Facebook，MySpace、Friendster 和 LinkedIn 允许用户创建社区对于广大读者作为通信和共享信息和其他内容（如图片、音频，以及视频）的论坛。本发明的实施例包括在现有的社交网络中移动社区的创建，其中，该社区可与由移动销售平台创建的广告和销售活动相关联。通过移动销售平台，活动设计者可创建、编辑、以及分发可通过移动社区的内容以到达广大读者。例如，如果销售活动指向一种产品，例如产品 X，在使用本文所述的移动销售平台对销售活动进行创建期间，活动设计者可在社会网络内创建称为“产品 X 社区”或任何其他可识别的社区名称。

[0338] 可向属于该社会网络的用户给出加入该社区的选择以接收特殊报价、折扣、奖品或其他内容。在一个实施例中，关于移动社区的信息可传输至用户（在用户移动设备上）。这个信息可以是以 SMS 消息或 MMS 消息的形式，或是经由广告显示在 WAP 网站上。用户可点击在消息或广告内的链接并被发送至主办移动社区（诸如使用本文所公开的实施例来设计的一个移动社区）的登录页面。从移动社区页面，用户可阅读而知该社区和该社区向客户所提供的内容。

[0339] 另外，可给用户机会加入该社区以获得额外信息、折扣、奖品或与社区主题相关的其他内容或信息。在一个实施例中，社会网络可是第三方网站，诸如 Facebook。可选地，社会网络可是为销售活动的主题创建的任何网络。例如，“产品 X”社会网络可被独立创建，提供需多传统的服务和由第三方网络提供的产品，包含用户创建的内容。

[0340] 加入移动社区的目标客户可签约接收诸如电子邮件或 SMS/MMS 消息（其具有仅给社区成员的可用的特殊报价的）的提醒。该提醒可按照由活动管理器者 / 创建者建立的规则传输给用户。提醒的实例可包括在移动销售平台内集成为的模块的特点和内容，如限时报价、新发布的产品和服务、新竞赛的开始和颁奖等。

[0341] 通过社区的使用，活动管理器可跟踪成员资格并监控广告规格和人口统计。例如，社区的一个成员在社会网络内可能具有经历简介，列出用户的年龄、性别、地理位置、关系状态、兴趣和工作（对成功达到目标广告活动的期望读者所必不可少的所有关键元素）。

[0342] 移动 CRM 与移动销售平台无缝的集成，提供了以用广告和销售活动来增加品牌忠

实度和目标客户的机会。例如，移动 CRM 的一个实施例包括移动俱乐部活动，其中，客户通过提交基本人口统计数据加入围绕特定产品 / 服务建立的忠实俱乐部。客户可经由 Web、WAP 或 SMS 注册。一旦注册，客户就开始从主办者接收产品 / 服务的相关消息。

[0343] 另一个移动 CRM 模板包括“参加就赢”动作，其中，客户通过经由 Web、WAP 或 SMS 提交基本人口统计数据以注册而加入品牌忠实俱乐部。在预定的时间周期内客户可参加各种彩票和抽奖。一旦注册，成员就将从主办方周期性地接收品牌信息。

[0344] 包含在移动 CRM 的另一个动作模板是标题为“Pointmania”的动作，其中，客户通过经由 Web、WAP 或 SMS 提交其基本人口统计数据来加入品牌忠实俱乐部。一旦注册，客户就开始从主办方接收品牌信息。当客户购买产品或使用服务时，他们通过忠实俱乐部收集点数以兑换不同奖品。

[0345] 根据本发明两个实施例，图 31 示出了表示移动设备接口和消费者与移动 CRM 交互的流程图。(D1 和 D2) 一旦通过移动设备或通过任何其他广告信道看到或听到一个广告，用户可对给定的短代码地址、电话号码或其他地址发送具有合适代码响应的 SMS 消息 (A)。然后，平台以用于请求进一步的详情的消息作为响应 (B)，通过该详情可将用户进行分类或进行概况简介。在示意性的实例中，用户以陈述其姓名、性别、年龄的另一消息来响应 (C)。如果该动作是用于购买产品的基于产品返点的动作，平台以消息 (D1) 响应，确认对俱乐部的追加并提醒用户提交产品码以接收用于其他商品的点数。如果该动作被设计成提供另外的广告或销售内容，诸如优惠券、产品信息或与产品相关的其他内容，平台以消息 (D2) 响应，确认注册并通知用户未来的消息。本领域技术人员应当理解，在图 31 中所示的 SMS 消息代表两种情形，通过这两种情形移动 CRM 用户可与消费者通信。每个动作被个别地且独立地设计，并且屏幕 (A)、(B) 和 (C) 的两个目的仅仅是简化本文中实施例的解释以及说明由本文描述的某些模块所提供的一般特点。

[0346] 交互式屏幕

[0347] 根据本发明的一个实施例，移动销售平台用户可实现包括交互式屏幕网络或信息站（如上所述）的动作。交互式屏幕可装备传感器以感测环境并且能与消费者交互以提供与广告或销售活动相关联的附加内容。交互式屏幕与内容管理系统（“CMS”）互连。屏幕还具有移动连通性，其允许消费者通过向他的 / 她的移动设备发送和接收消息来与屏幕 / 信息站交互。网络互连允许监控和改变屏幕的接口和刷新提供的内容。交互式屏幕活动的成功可通过统一的规格（移动下载和接口访问规格）进行测量。

[0348] 平台用户可通过向导接口来建立新的交互式屏幕应用。根据一个实施例，创建新的交互式屏幕利用平台用户的输入使实现部分自动化。例如，在向导的“一般配置”部分，系统可简化存储与动作相关联的对应设置，但是它们将不会被自动应用到动作。可选地，在向导的“内容选择”部分中，一旦平台用户的向导完成，选择的内容项目将由 CMS 自动公布。

[0349] 在向导的“一般配置”部分，平台用户能设置用于交互式屏幕的名称，描述以及交互式屏幕动作的持续期间。进一步，平台用户能够选择用于交互式屏幕动作与消费者之间的移动交互的短代码地址，诸如用户请求取回或查看提供的内容。

[0350] 在图 32 中描述的，在向导的“选择内容”部分，平台用户选择将通过交互式屏幕动作提供的内容。平台用户能够选择特定项目或包含在 CMS 内的内容的文件夹，其被动态地呈现给平台用户。已选择的内容也可根据平台用户的意愿而取消选择。平台用户可选择作

为活动的部而提供示例性内容包括：铃声和用于用户的移动设备的墙纸、提供的音乐或视频、或其他电子内容。通过交互式屏幕的可用的内容可以是允许整网到达的使能的网。例如，消费者可在上班途中与零售店中的交互屏幕或信息站进行交互，然后，通过个人计算机或其他设备从她家庭或办公室的私人空间完成对礼物或内容更详细的浏览。

[0351] 蓝牙管理器 & 蓝牙控制中心

[0352] 根据本发明的一个实施例，蓝牙管理器模板包括在移动销售平台动作中。蓝牙管理器包括处理位于同一网络中的蓝牙热点之间的通信和热点的初始化配置的部件。管理器可负责创建和配置动作，绘制和公布动作内容，收集动作规格并将他们转发到移动销售平台规格管理器，以及触发每个动作的开始和停止事件。

[0353] 实施例的进一步特点包括的蓝牙控制中心，其作为蓝牙管理器应用的核心部件。控制中心负责收集动作的所有信息并在本地对该信息进行存储，从热点收集所有规格信息并向蓝牙管理器转发该信息和协调该动作，存储新设备和跟踪哪个设备已接收什么信息以及是通过哪个热点。假设控制中心从移动销售平台接收了起始动作 (START ACTIVITY) 事件，蓝牙控制中心确保：如果与因特网的连接失去，该动作将继续运行并且不会察觉到该故障。如果在接收START ACTIVITY事件之前失去因特网的连通性，那么该动作将决不会开始。同样，如果该动作已经运行，在没有接收到停止动作 (STOP ACTIVITY) 事件的情况下该动作将不会停止。然而，如果连通性被恢复，且 START 或 STOP 触发被接收，动作将分别开始和停止。在一个因特网连通性故障中，规格没有被移动销售平台记录，然而，由于原始规格数据被存储在控制中心，可在离线或当连通性恢复时取回规格。也可通过直接从控制中心提取数据取回规格。在一个实施例中，如果失去了因特网的连通性，应用可经由在控制中心中提供的自主功能以批格式上载收集的规格。

[0354] 根据本发明的一个实施例，蓝牙管理器与移动销售平台集成以向在定义的市场地区（诸如商场或其他热点位置）中的移动用户做广告并提供额外的内容。一个实施例包括“邀请去赢”(“Invite-to-Win”) 活动，其中，用户传递（通过单个热点，诸如信息站或广告显示）并接收资讯信息，诸如图片 / 屏保 / 手机铃音或在附近商店可兑换的移动优惠券。

[0355] 根据本发明的实施例，交互式向导利用蓝牙管理器用于创建和配置动作。当动作在与其相关联的活动的开始和结束日期内将被激活时，平台用户指定蓝牙动作特有的总的详情，该详情包括（但不限于）：姓名，描述和时间周期。然后，平台用户选择活动从 CMS 的动作内容。然后平台用户选择活动将从 CMS 提供的内容。如在图 33 中所示，一旦指定任务或系列任务完成，平台用户可选择单个项目或包含多于一个项目的整个文件夹作为要被提供的内容。提供的内容的实施例可包括但不限于：手机铃声和移动设备墙纸，提供的音乐和视频或其他电子内容。平台用户也可定义热点（动作将通过该热点传递给客户）和每个热点的特定设置（例如，操作区的名称，位置，热点数目，以及用于推入和转向内容的选项）。平台用户也可定义选项数，包括动作的推销方法和通过其可传递内容的另外的信道（即，SMS 和 WAP)。动作的创建完成并且准备运行该动作。

[0356] 根据一个实施例，由移动销售平台的蓝牙管理器实现的示例性动作是“热或冷”(“Hot or Cold”) 竞赛。该竞赛是一个多热点动作且内容项目并不按特定的顺序推进。例如，在超级市场中沿通道行走的用户，根据他距离所关心的特定产品的冷热来接收“HotorCold”内容或消息。随着消费者更接近地走到所关心的产品，他接收指示“热”(“warm”)、

“更热”(“warmer”)和“很热”(“hot”)。系统可确保每个客户不会两次接收同样的信息。

[0357] 用于移动销售平台的蓝牙管理器的实例可包括消费者，消费者一进入超级市场，就被提示打开他们的使能的设备上的蓝牙。由超市中的蓝牙热点“发现”该设备。如果给定产品（例如，ACME 葡萄干小甜饼）有特殊报价，系统努力将他们引向商店内的正确货架。用户接收并接受提供关于特殊报价产品所处位置的暗示的消息。如果用户的位置离产品位置远，可发送“冷”信息陈述，“与 7 号出纳员同一直线处找到我们想要的小甜饼”。当用户找到至特殊报价产品的路时，她被下一个离目标产品更近的热点识别和定位。然后，可被发送信息“热”，陈述为“热，你靠近我们想要的饼干，继续走”。随着用户更靠近或更远离特价产品，系统重复向用户发送状态消息。消息更热可陈述为“更热，你几乎在那了，我们想要的小甜饼仅一步之遥，你能够闻到葡萄干的味道吗？”，随着用户找到在右侧货架前的路，附近的热点用消息很热：“很热，我们的小甜饼就在手边，享受我们的特价优惠”来恭喜她。

[0358] 本发明的另一个实施例包括多热点动作，本文中指“猎蓝(bluehunting)”，其需要将内容项目顺序地推给用户。动作内容包括一系列线索。参与者根据他们是否以正确的顺序接收到先前的内容而只接收下一个内容。然后，用户跟随每个消息中给出的暗示到达最后的热点并赢得奖品。如果用户不在探索的出发点，他可以用执行序列的第一步的指令接收邀请以加入。本发明实施例可包括如下任务，诸如，在商店找到特定商品，在购物中心内找到特定商店，发现特价优惠和折扣，使自己熟悉商店的整个部门等。

[0359] 猎蓝动作的一个实例可涉及关于寻宝游戏在超级市场入口区域（如购物中心主要入口）内在通知客户中其他媒介的使用。其他媒介可包括全息屏幕、海报、通知等。当用户决定参加时，从热点将第一个线索发送到他们的移动设备中。线索将引导他们到达其下一个位置，其为下一个热点所处的位置。用户将接收来自于那个热点的下一个线索。

[0360] 例如，其他的媒介可包括在移动屏幕上的信息，交互式显示，海报或告诉用户“现在激活你的蓝牙，寻找在进行”的其他显示，第一个线索可以是在移动设备上的一个消息，包含两个广播项目：具有红点的购物中心的地图或其他位置指示，以及具有到下一个线索的位置的线索的消息。例如，消息可陈述“过来并在电影院前找到下一个线索”。当用户到达电影院入口的外边，系统（系统知道用户已经接收第一个线索）传输下一个线索到下一个热点。

[0361] 如果第二站是最后的热点，消息可指示那就是宝物所处的位置。包含第二个线索的消息，与第一个线索相似，可包括具有第二个红点的购物中心的地图和其他位置指示，并且消息陈述“过来并且在美容店前找到最后的线索”。当用户到达美容店外，系统知道他们已经有两个先前的线索。用户成功跟随了指定的路线并且他们接收奖励。发送到用户的移动设备的消息陈述，“寻找结束，进入美容店，向收银员显示这个信息且对于你购买的每个美容产品，你免费得到第二个”。

[0362] 本发明的实施例包括在超级市场内位于信息站或热点处的交互式显示的使用。在上述说明性的实施例中，当用户通过搜索竞赛而前进时，热点或线索位置处可具有交互式屏幕，用该屏幕用户可获得电子内容、奖品、优惠券或与活动有关的其他信息。在一个实施例中，当用户同显示器交互时，诸如数字音乐或视频的电子内容可无线传输到消费者的移动设备。

[0363] 尽管上述的实施例利用蓝牙管理器和蓝牙无线协议从热点至移动设备传输数据，

但本领域技术人员应当理解，在不背离本发明的范围的情况下，可实施任何无线通信协议（SMS、MMS、手机、WiFi、WiMax 等）。

[0364] 此外，尽管本文所描述的动作可包括特定语言和包括在给定竞赛特有的传输中的文本，但本领域技术人员应当理解，使用的语言和竞赛的特定的细节仅仅是说明性的并且不应限制本发明的范围。

[0365] 尽管本文所描述的说明性实施例概述了以特定的方式的网络互连，但本领域技术人员应当理解，通常，热点的网络智能性可允许其他的互联方案和内容推入。例如，方案可包括唯一的内容传输以允许用于永久热点安装的唯一优惠券和多个活动（不同的开始和停止活动日期）。

[0366] 虚拟世界

[0367] 根据本发明的另一实施例，移动销售平台可与虚拟世界环境一起使用和集成以进一步扩展广告或销售活动的范围 (reach)。随着虚拟环境在游戏中和计算机市场（如第二生活）中的增加的普及度，虚拟世界向读者提供了另外的通信手段。根据一个实施例，虚拟世界动作的创建作为交互式向导被呈现给平台用户。平台用户详述虚拟世界的动作特有的总的详情，如姓名、描述、在与动作相关联的活动的开始和结束日期内动作将是激活的时间周期。平台用户建立虚拟世界，其包括但不限于如下特点：诸如在同一时间允许访问环境的客户的数目，世界的土地面积，能使客户在环境中创建化身或其他象征的表示的选项，消费者成员之间用于实时交谈或聊天功能的通过 IP 网络传递语音 (VoIP) 的选项。然后，平台用户在虚拟世界里选择客户可得到的内容。动作与内容管理系统 (CMS) 接口以从 CMS 动态取回数据，与上述的蓝牙管理器相似。一旦一个项目或一系列项目完成，用户可选择单个项目或包含要提供给客户的多于一个的项目这个文件夹。动作创建完成并且选择的内容由 CMS 自动公布。

[0368] 尽管已参考说明性实施例描述了本发明，但本领域技术人员应理解，在不背离本发明的范围和精神的情况下，可以进行各种其他变化、省略和 / 或增加并且对于其元件可以由实质上的等价替换。另外，对于本发明的教导，在不背离本发明的范围的情况下，可以进行许多修改以适应特定情形或材料。因此，意思是本发明并不限于用于实施这个发明所公开的特定的实施例，但是，包括本发明将包括落入所附的权利要求书范围内的所有实施例。而且，除非特别陈述，术语第一、第二等的任何使用并不代表顺序或重要性，术语第一、第二等而是用于区别一个元件和另一个元件。

[0369] 附录 A“模板”

[0370]	类别 标题	摘要
[0371]	Text to win 选择名称	消费者向预定义列表中他们喜爱
[0372]		的产品的名字、观点等投票。选择
[0373]		了获胜名称的那些消费者进入头
[0374]		等奖的抽奖。其他消费者进入较小
[0375]		奖励的抽奖。
[0376]	Text to win 追赶点	消费者发短信赢得点数，其等同于
[0377]		抽取不同奖励的参加权，他们发送
[0378]		的消息越多，他们赢的机会越大。

[0379]	Text to win	寻宝	消费者输入关键字以赢得“隐藏”的点数，其是抽取赢得物理奖励的参加权。
[0380]			
[0381]			
[0382]	Text to win	先发先赢	鼓励消费者短信发送关键字且在某小时 / 分钟内是第一个发送的立即赢得奖励。其他额外奖励通过抽取给出。
[0383]			
[0384]			
[0385]			
[0386]	Text to win	每到第 N 个信息会	每第 n 个短信发送关键字的消费赢者赢得奖励，其他奖励通过抽取给出。
[0387]			
[0388]			
[0389]	On pack	找幸运码	消费者短信发送包装中找到的唯一的代码，如果代码幸运，消费者赢得相关联的奖励。
[0390]			
[0391]			
[0392]	On pack	玩得多赢得多	消费者短信发送包装中找到的唯一代码以赢得抽取不同奖励的参加权。他们兑换的代码越多，他们赢的机会越多。每人赢得他们发送代码的移动内容。可增加即赢机制。
[0393]			
[0394]			
[0395]			
[0396]			
[0397]			
[0398]	On pack	选择你的奖励	消费者短信发送包装中找到的唯一的代码，对于他们发送的每个代码，他们赢得来自于 WAP 店面的下载和抽取以赢得物理奖励的参加权。可增加即赢机制。
[0399]			
[0400]			
[0401]			
[0402]			
[0403]	On pack	揭露隐藏点	消费者短信发送包装中找到的唯一的代码以揭示“隐藏的”点数，其是抽取以赢得物理奖励的参加权。每人立即赢得移动内容。可增加即赢机制。
[0404]			
[0405]			
[0406]			
[0407]			
[0408]	On pack	第一个赢	鼓励消费者在某小时 / 分钟内第一个发送包装上找到的唯一的代码，以立即赢得奖励。该奖励还可通过抽取给出。
[0409]			
[0410]			
[0411]			
[0412]	On pack	每到第 N 个代码会赢	鼓励消费者发送在包装上找到的唯一的代码。基于“每第 N 个”并经定时抽取来立即授予奖励。
[0413]			
[0414]			
[0415]	On pack	品牌内容	消费者短信发送包装中找到的唯一的代码以接收免费的移动内容（视频、游戏、歌曲、墙纸和屏保）
[0416]			
[0417]			

[0418]	On pack	M 币	消费者短信发送包装中找到的唯
[0419]			一的代码以赢得虚拟币（点数）。
[0420]			点数可用于兑换移动内容或网站
[0421]			上的其他小的奖励。
[0422]	On pack	发短信赢取移动内	消费者短信发送包装中找到的唯
[0423]		容	一的代码以赢得移动内容下载。参
[0424]			与者从 WAP 店面下载内容。
[0425]	On pack	文本手机剧	消费者短信发送包装中找到的唯
[0426]			一的代码以取得故事的第一部分。
[0427]			剩下的情节只在消费者短信发送
[0428]			更多的代码的情况下发送。
[0429]	On pack	视频手机剧	消费者短信发送包装中找到的唯
[0430]			一的代码以取得故事的第一部分。
[0431]			剩下的情节只在消费者短信发送
[0432]			更多的代码的情况下发送。
[0433]	On pack	每个小时赢取	消费者短信发送包装中找到的唯
[0434]			一的代码以赢取周期抽奖的参加
[0435]			权。每个小时执行一次自动抽奖并
[0436]			确定这个小时的获胜者。获胜者被
[0437]			自动通知。
[0438]	On pack	一天之王	鼓励消费者在一天内短信发送更
[0439]			多的代码。最高获胜者获得今日大
[0440]			奖。其他参与者进入其他较小的奖
[0441]			的抽奖。
[0442]	On pack	最早的 N 个	发送包装中找到的有效代码的最
[0443]			早的 N 个消费者赢得奖励。
[0444]	Loyalty	参加就赢	消费者短信发送基本的人口统计
[0445]			数据并注册。作为注册的回报，用
[0446]			户进入抽奖以赢得物理奖励和数
[0447]			字内容。
[0448]	C	点迷 (point-mania)	消费者决定参加与品牌 / 产品相关
[0449]			的忠实俱乐部。对于每次购买，他
[0450]			们都能赢得点数。点数可兑换不同
[0451]			的奖励。
[0452]	Loyalty	移动俱乐部	鼓励消费者加入与产品或品牌相
[0453]			关的移动俱乐部。一旦他们加入，
[0454]			他们被邀请参与不同的事件，他们
[0455]			接收产品新闻和 / 或推销等。成员
[0456]			可下载数字奖励，参与测验或游

[0457]		戏。
[0458]	Mobile m- 礼券	消费者向短代码短信发送关键字。
[0459]	Couponing	作为回报，他们接收礼券代码或条
[0460]		形码礼券，然后，他们能够在商店
[0461]		或通过网络 /WAP 进行兑换。
[0462]	Mobile 折扣或销售通知	消费者决定参与接收各种产品折
[0463]	Couponing	扣或出售（例如购物中心，超级市
[0464]		场等）的通知。
[0465]	User 给它命名	消费者短信发送产品、观点等的名
[0466]	Generated	称。成功的想法赢得奖励。委员会
[0467]	Content	在获胜者中选取。第二轮可将最靠
[0468]		前的 x 个想法公开给公众投票。
[0469]	User 公布你的信息	消费者短信发送他们关于某事的
[0470]	Generated	观点。其内容在告示牌或网站上公
[0471]	Content	告一段时间。涉及调节步骤。
[0472]	User 找到最接近的	消费者短信发送街道名称和城市
[0473]	Generated	或邮政编码。作为回复，得到最近
[0474]		商店或其它感兴趣的点位置。（根
[0475]		据手机的能力）也可发送视频资
[0476]		料。
[0477]	Locationba 幸运商店	消费者短信发送在包装中找到的
[0478]	se	代码以赢得抽奖的参加权，在推销
[0479]		期间，鼓励所有参加者访问那天的
[0480]		“幸运商店”。在幸运商店内，对
[0481]		于每个产品给出了与奖励点数对
[0482]		应的特殊代码。
[0483]	Locationba 图片马赛克	消费者发送图片和 ZIP 码。图片用
[0484]	sed	于建立摄影地图。涉及调节步骤。
[0485]	Tip，Alarms 今天的提示	消费者决定在一段时间内每天接
[0486]		收“主题”提示，该事件的主题与
[0487]		品牌或者与广告思想密切相关。
[0488]	Tip，Alarms m- 烹饪法	消费者决定接收这一天的烹饪法，
[0489]		烹饪法总是包括正讨论的产品的
[0490]		配料。烹饪法经由 SMS（短型，
[0491]		例如，鸡尾酒）或 / 和 WAP 传递。
[0492]	Tip，Alarms 赞助的天气	消费者短信发送城市名字和州或
[0493]		区域代码选择天气预报提示。从而
[0494]		他们接收赞助的预报。广告文本包
[0495]		含在每个预报中。

[0496] [0497] [0498] [0499]	Viral	发送给朋友	鼓励消费者邀请朋友加入推销。邀请的朋友越多，他们赢得最高奖的机会越多。如果被邀请的朋友加入推销，邀请者赢得抽奖参加权。
[0500] [0501] [0502] [0503] [0504] [0505]	Viral	雪球	鼓励消费者邀请朋友加入推销。为邀请朋友，参加者短信发送关键字和朋友的电话号码。如果被邀请的朋友加入推销，邀请者赢得抽奖参加权。所有参与者赢得的参加权都增加至他的被邀请者。
[0506] [0507] [0508] [0509]	Informatio n	更多了解	消费者短信输入品牌或产品名称以接收有关它的信息。信息可以是文本和 / 或视频并且是经由 WAP 或 SMS/MMS 可得到的。
[0510] [0511]	Informatio n	给我电话	消费者短信发送“呼叫”请求来自销售或客户关怀代表的电话。
[0512] [0513]	Informatio n	预定目录	消费者短信发送他们的电子邮件地址以在邮件中接收产品目录。
[0514] [0515]	Informatio n	加入新闻	消费者短信发送他们的电子邮件地址以订阅电子邮件新闻。

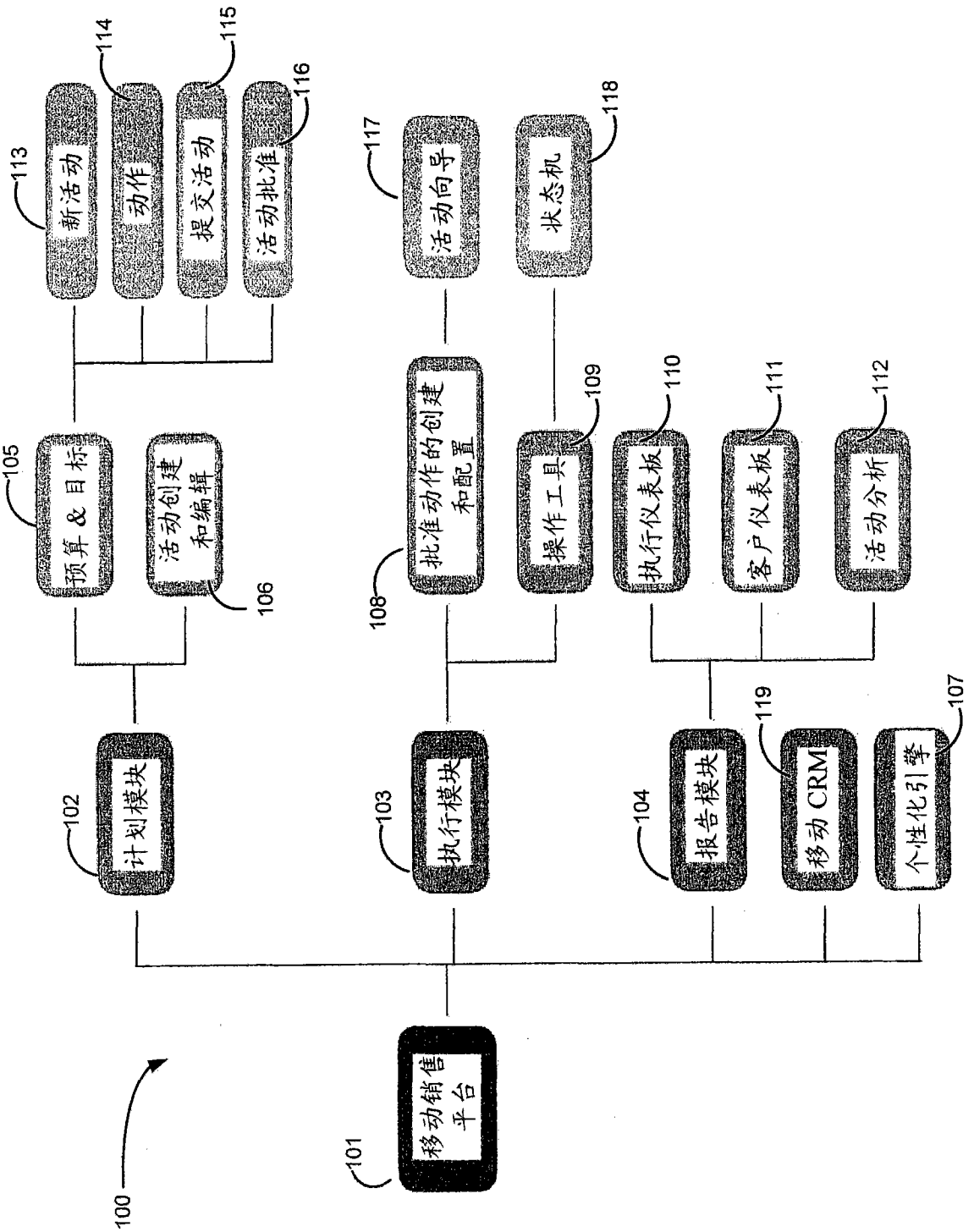

移动销售平台
计划模块
执行模块
报告模块
移动 CRM
个性化引擎
预算 & 目标
活动创建和编辑
新活动
动作
提交活动
活动批准
批准动作的创建和配置
活动向导
操作工具
状态机
执行仪表板
客户仪表板
活动分析
100
101
102
103
104
105
106
107
108
109
110
111
112
113
114
115
116
117
118
119

图 1

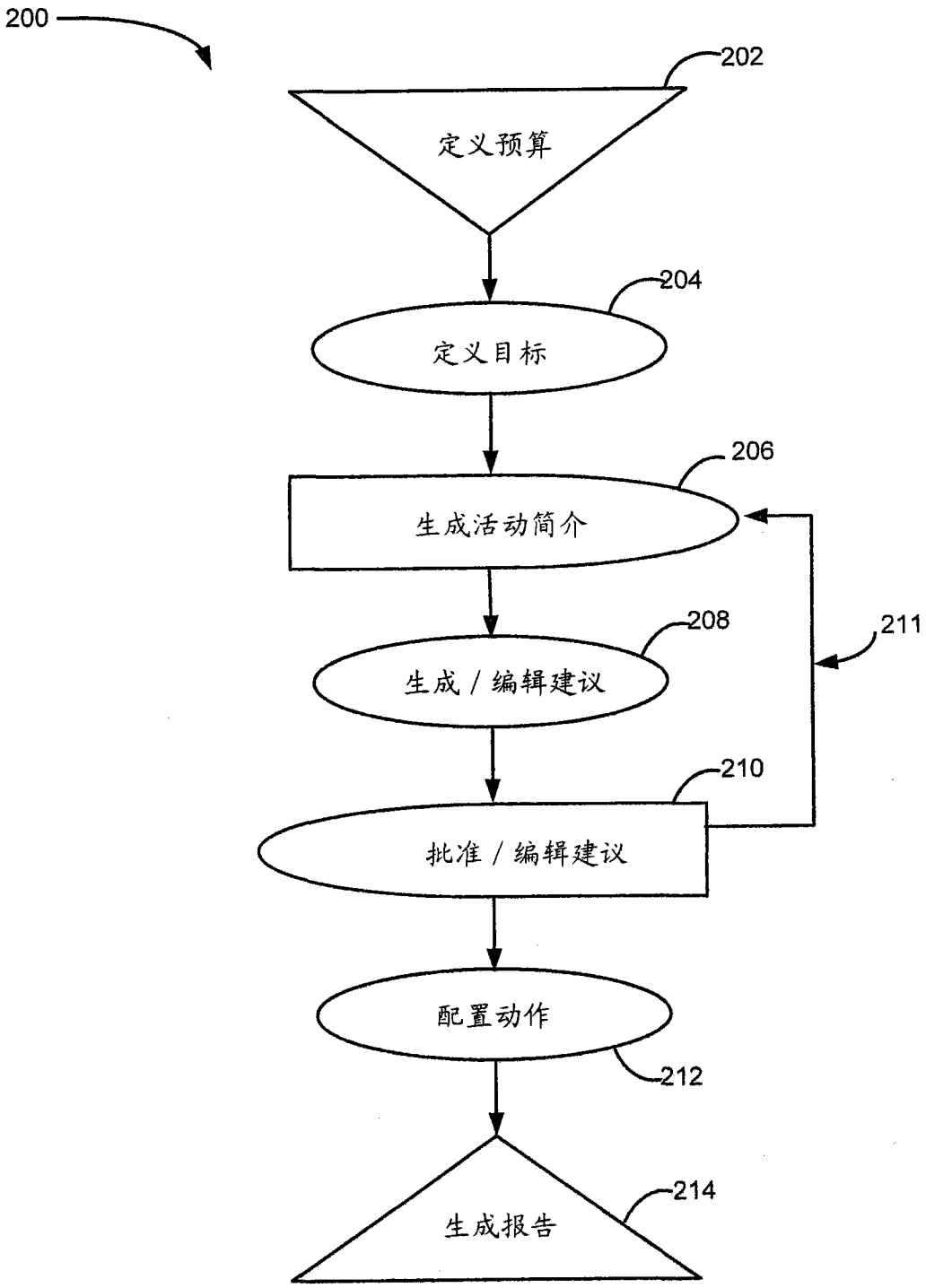

200
202
定义预算
204
定义目标
206
生成活动简介
208
生成 / 编辑建议
211
210
批准 / 编辑建议
配置动作
212
214
生成报告

图 2

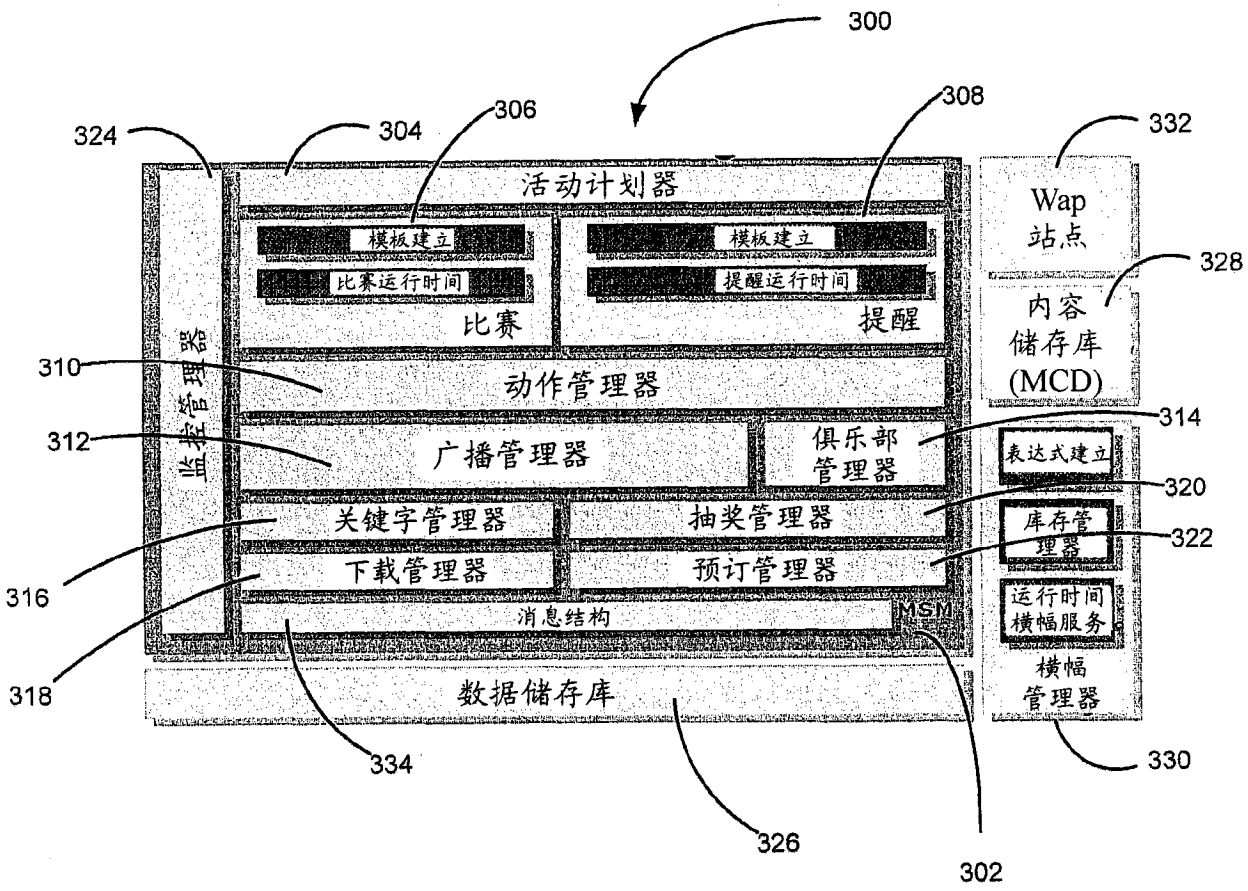

300
324
304
306
308
332
活动计划器
模板建立
比赛运行时间
比赛
模板建立
提醒运行时间
提醒
Wap
站点
328
内容
储存库
(MCD)
监控管理器
310
动作管理器
312
广播管理器
俱乐部
管理器
314
表达式建立
320
关键字管理器
抽奖管理器
库存管
理器
322
316
下载管理器
预订管理器
运行时间
横幅服务
318
消息结构
MSM
数据储存库
横幅
管理器
330
334
326
302

图 3

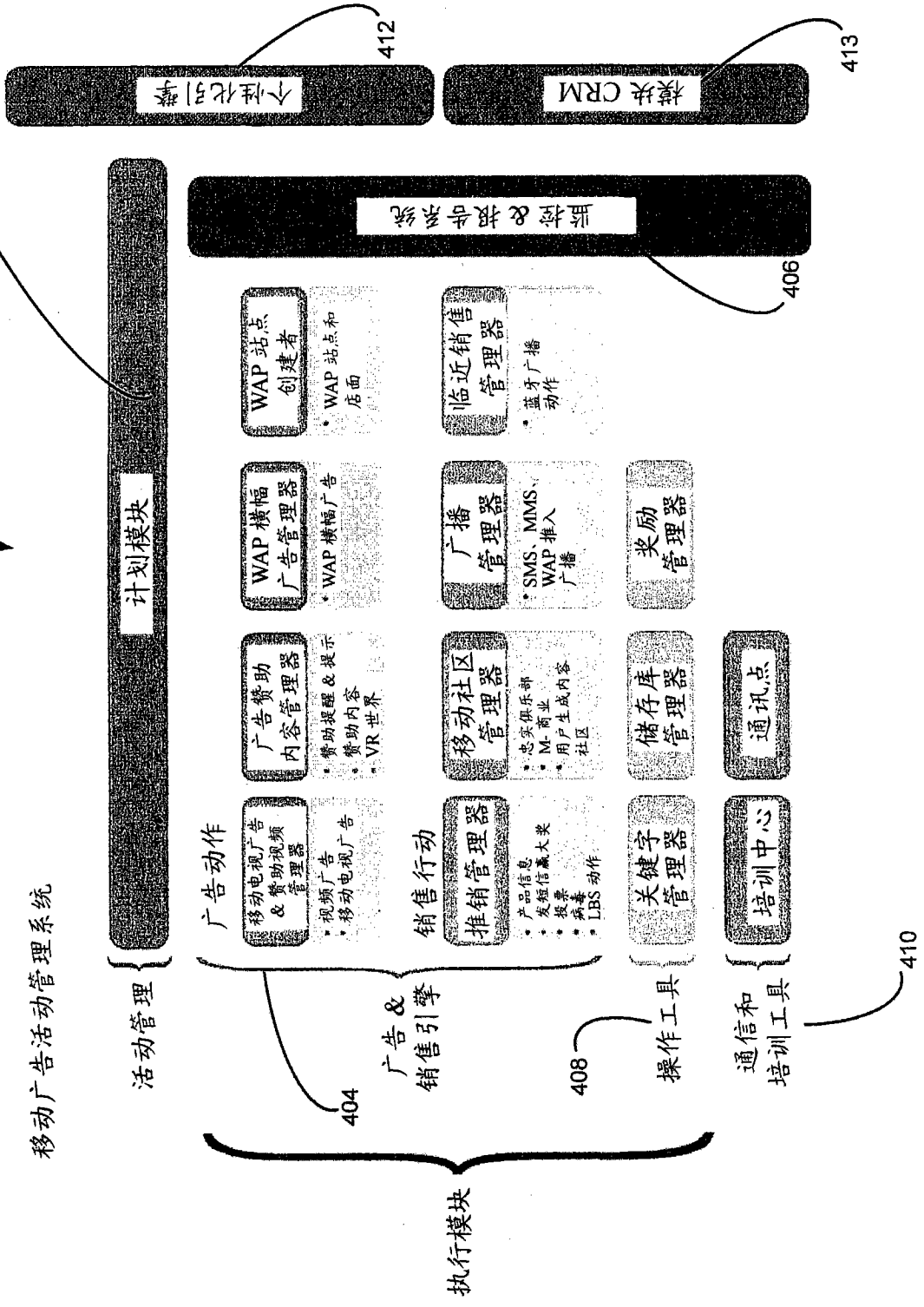

移动广告活动管理系统
400
402
计划模块
活动管理
广告动作
销售行动
广告 & 销售引擎
404
移动电视广告 & 赞助视频管理器
• 视频广告
• 移动电视广告
广告赞助内容管理器
• 赞助提醒 & 提示
• 赞助内容
• VR 世界
WAP 横幅广告管理器
• WAP 横幅广告
WAP 站点创建者
• WAP 站点和店面
推销管理器
• 产品信息
• 发短信赢大奖
• 投票
• 病毒
• LBS 动作
移动社区管理器
• 忠实俱乐部
• M- 商业
• 用户生成内容社区
广播管理器
• SMS、MMS、WAP 推入广播
临近销售管理器
• 蓝牙广播动作
408
操作工具
关键字管理器
储存库管理器
奖励管理器
通信和培训工具
培训中心
通讯点
410
执行模块
406
购物 & 报告系统
412
个性化引擎
413
潜在 CRM

图 4

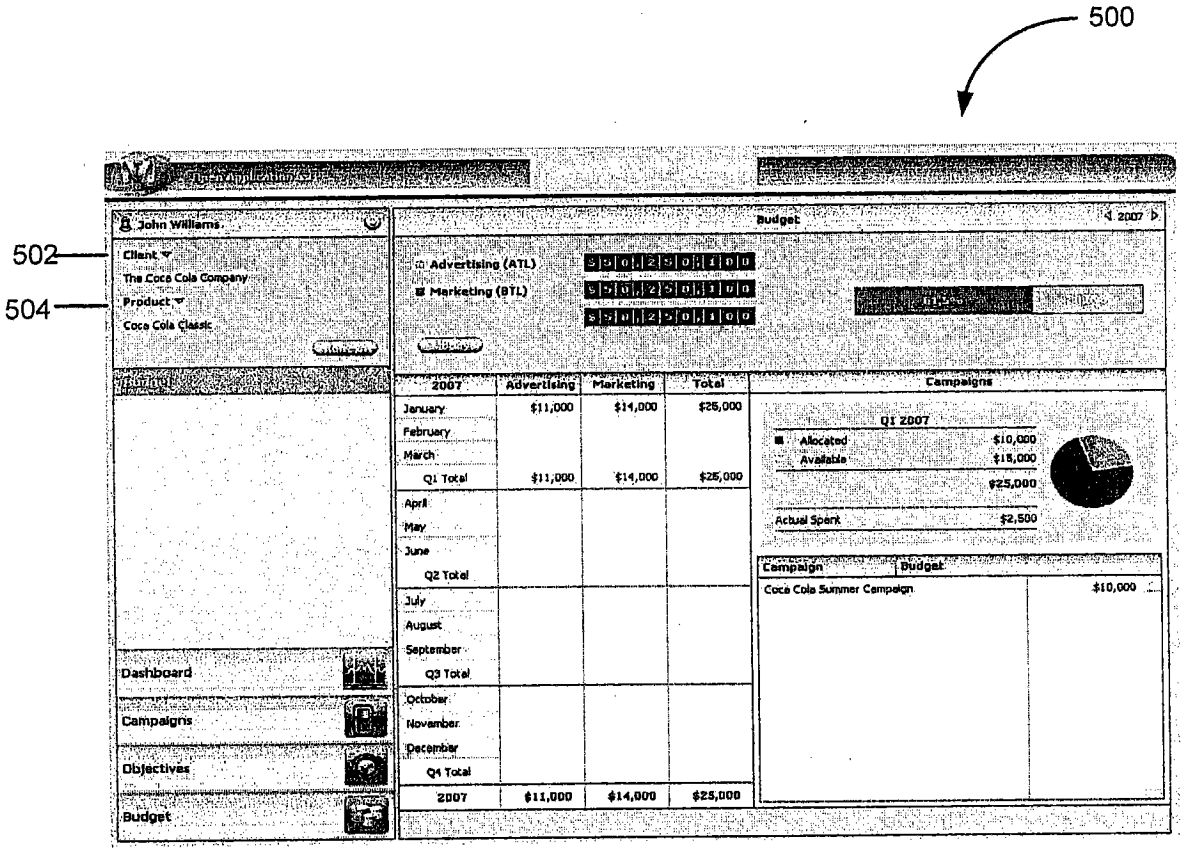

500
502
504
John Williams
Client
The Coca Cola Company
Product
Coca Cola Classic
Budget
2007
Advertising (ATL)
Marketing (BTL)
Dashboard
Campaigns
Objectives
Budget
2007
Advertising
Marketing
Total
January
February
March
Q1 Total
April
May
June
Q2 Total
July
August
September
Q3 Total
October
November
December
Q4 Total
Campaigns
Q1 2007
Allocated
Available
Actual Spent
Campaign
Budget
Coca Cola Summer Campaign

图 5A

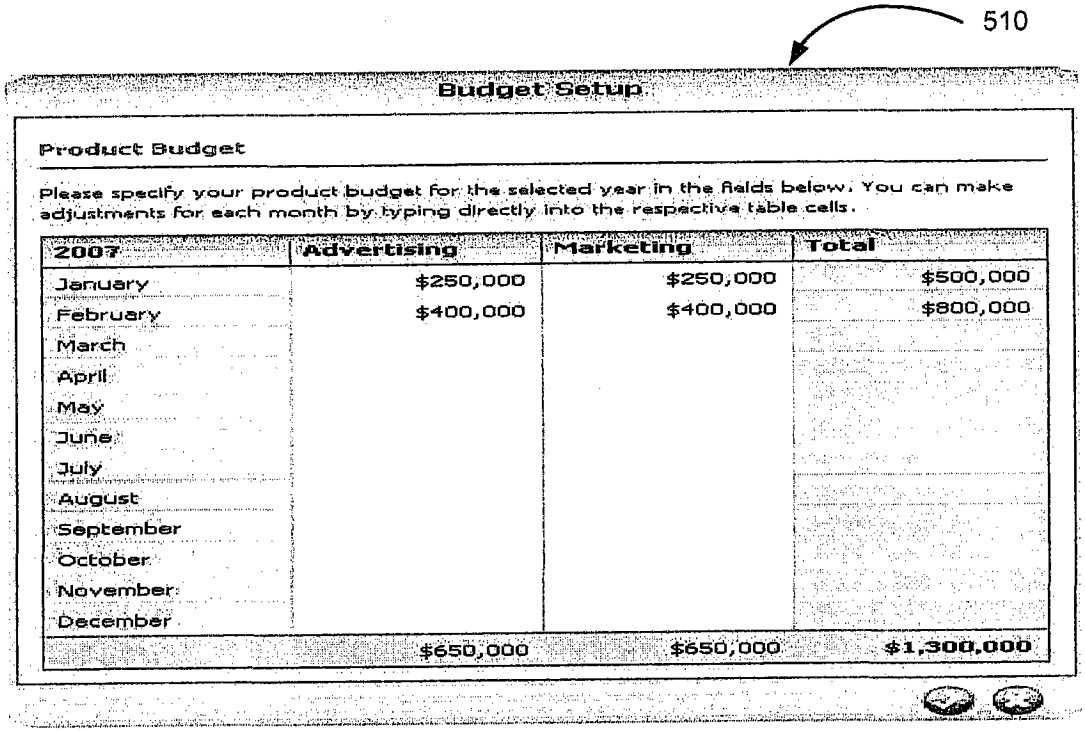

510
Budget Setup
Product Budget
Please specify your product budget for the selected year in the fields below. You can make adjustments for each month by typing directly into the respective table cells.
2007
Advertising
Marketing
Total
January $250,000 $250,000 $500,000
February $400,000 $400,000 $800,000
March
April
May
June
July
August
September
October
November
December
$650,000 $650,000 $1,300,000

图 5B

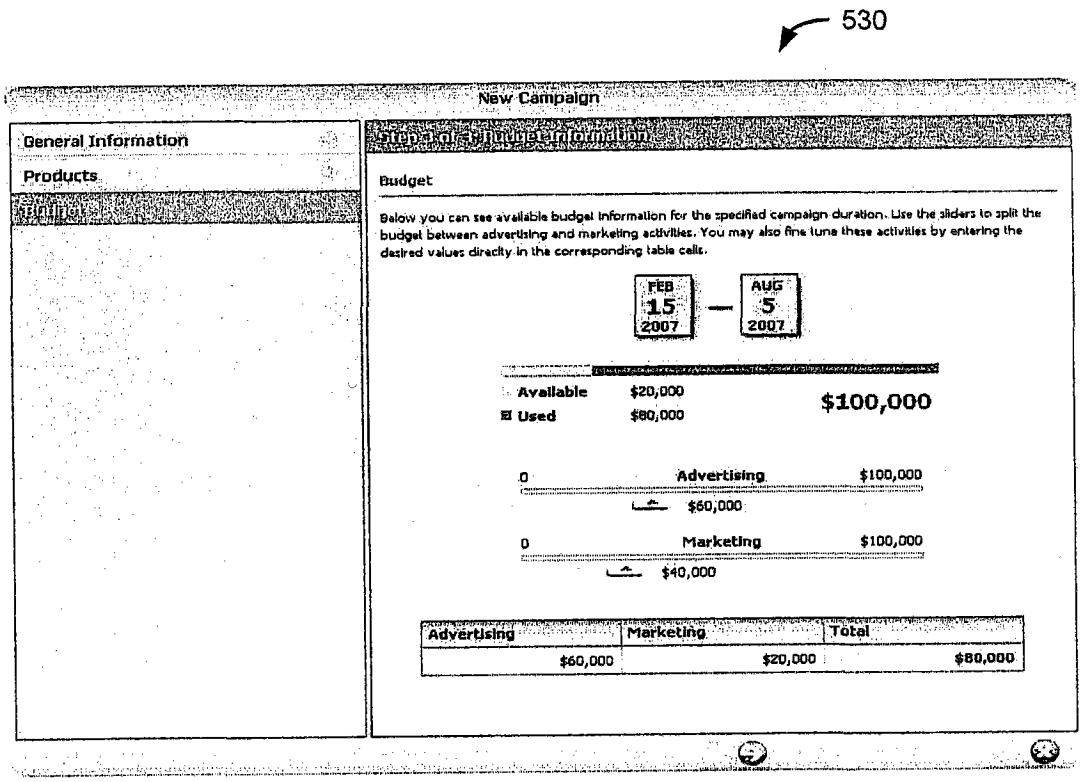

530
New Campaign
General Information
Products
Budget
Budget
Below you can see available budget information for the specified campaign duration. Use the sliders to split the budget between advertising and marketing activities. You may also fine tune these activities by entering the desired values directly in the corresponding table cells.
FEB 15 2007
AUG 5 2007
Available $20,000
Used $80,000
$100,000
0 Advertising $100,000
$60,000
0 Marketing $100,000
$40,000
Advertising Marketing Total
$60,000 $20,000 $80,000

图 5C

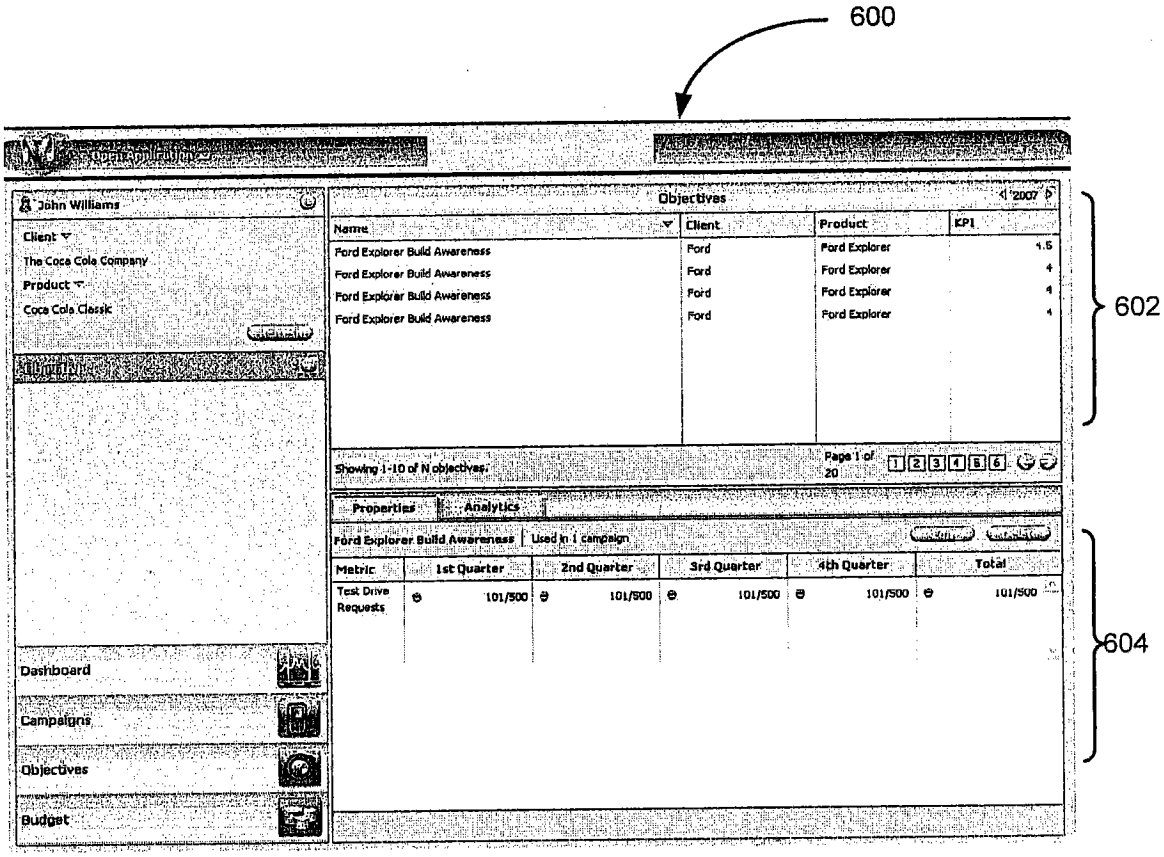

600
John Williams
Client
The Coca Cola Company
Product
Coca Cola Classic
Dashboard
Campaigns
Objectives
Budget
Objectives
2007
Name
Client
Product
KPI
Ford Explorer Build Awareness
Ford
Ford Explorer
Showing 1-10 of N objectives
Page 1 of 20
1 2 3 4 5 6
602
Properties
Analytics
Ford Explorer Build Awareness | Used in 1 campaign
Metric
1st Quarter
2nd Quarter
3rd Quarter
4th Quarter
Total
Test Drive Requests
101/500
604

图 6A

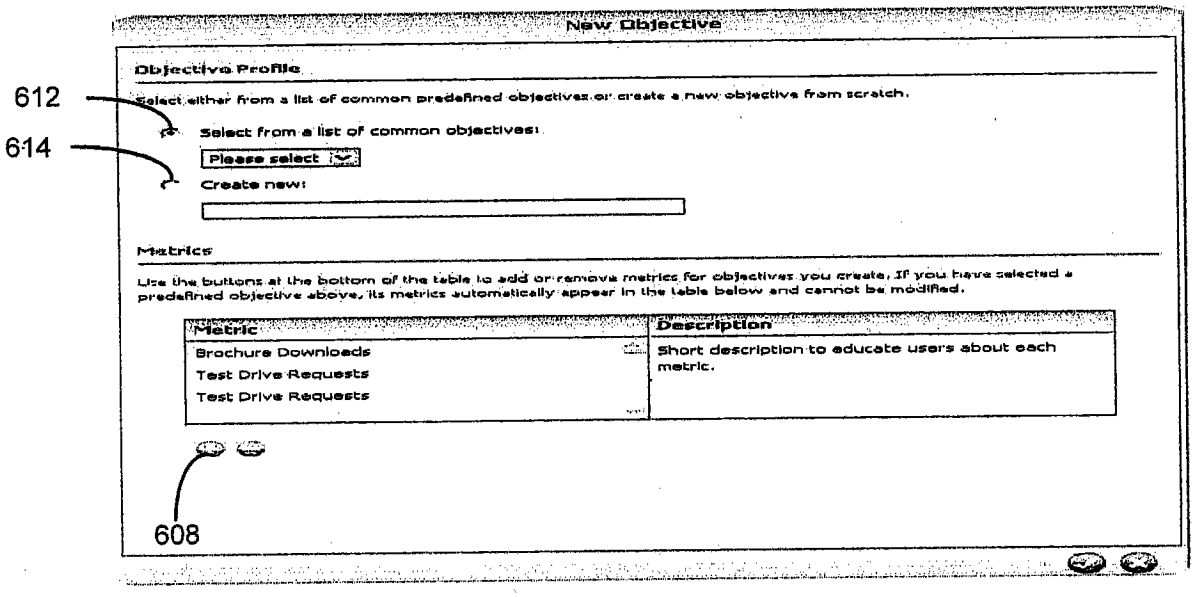

New Objective
Objective Profile
612
Select either from a list of common predefined objectives or create a new objective from scratch.
Select from a list of common objectives:
614
Please select
Create new:
Metrics
Use the buttons at the bottom of the table to add or remove metrics for objectives you create. If you have selected a predefined objective above, its metrics automatically appear in the table below and cannot be modified.
Metric
Description
Brochure Downloads
Test Drive Requests
Test Drive Requests
Short description to educate users about each metric.
608

图 6B

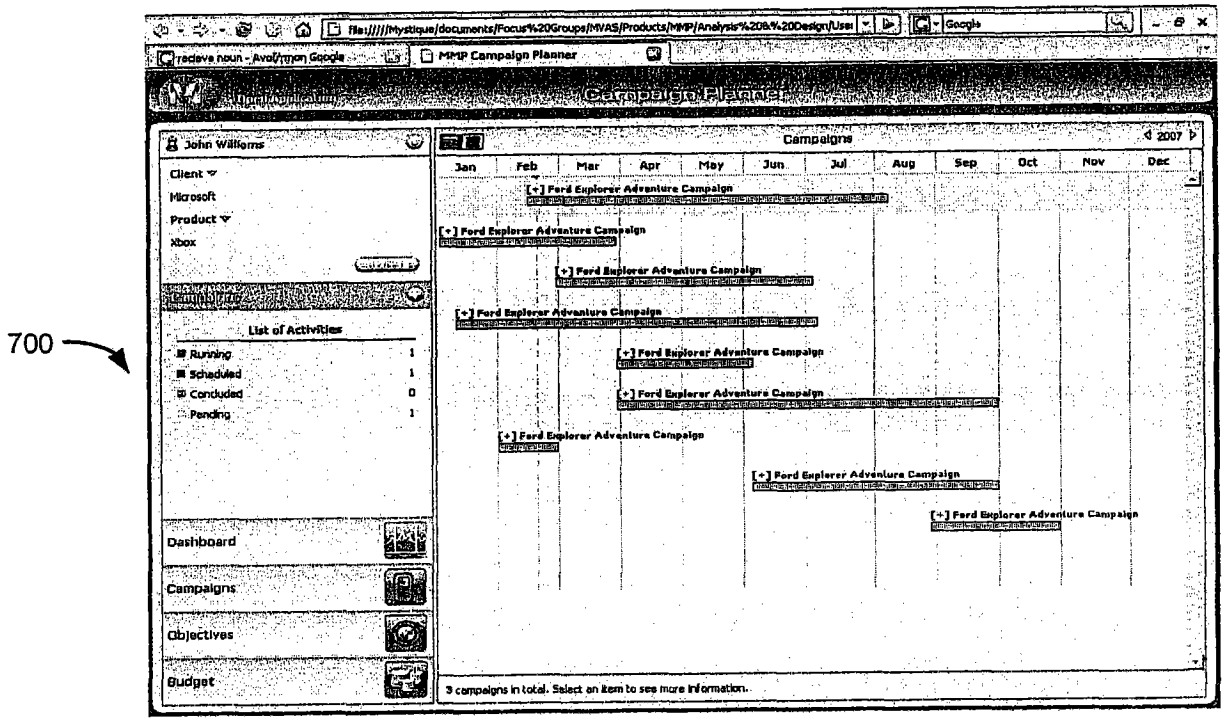

700
Campaign Planner
John Williams
Client
Microsoft
Product
Xbox
List of Activities
Running 1
Scheduled 1
Concluded 0
Pending 1
Dashboard
Campaigns
Objectives
Budget
Campaigns
2007
Jan
Feb
Mar
Apr
May
Jun
Jul
Aug
Sep
Oct
Nov
Dec
[+] Ford Explorer Adventure Campaign
3 campaigns in total. Select an item to see more information.

图 7A

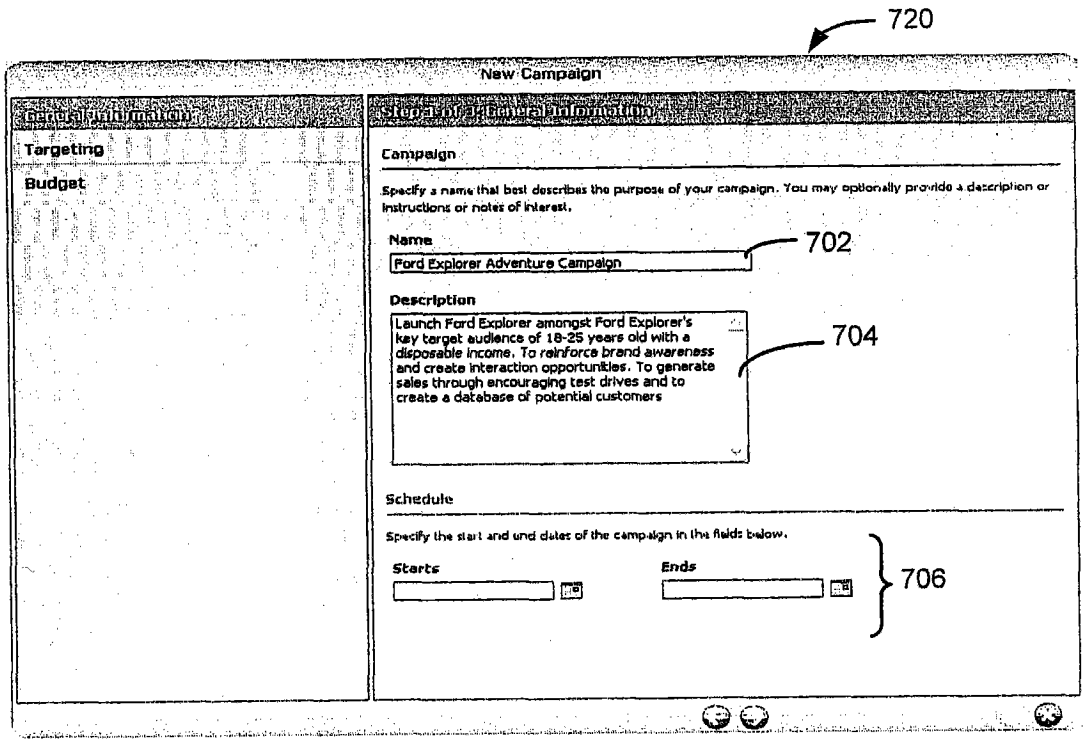

720
New Campaign
Targeting
Budget
Campaign
Specify a name that best describes the purpose of your campaign. You may optionally provide a description or instructions or notes of interest.
Name
Ford Explorer Adventure Campaign
702
Description
Launch Ford Explorer amongst Ford Explorer's key target audience of 18-25 years old with a disposable income. To reinforce brand awareness and create interaction opportunities. To generate sales through encouraging test drives and to create a database of potential customers
704
Schedule
Specify the start and end dates of the campaign in the fields below.
Starts
Ends
706

图 7B

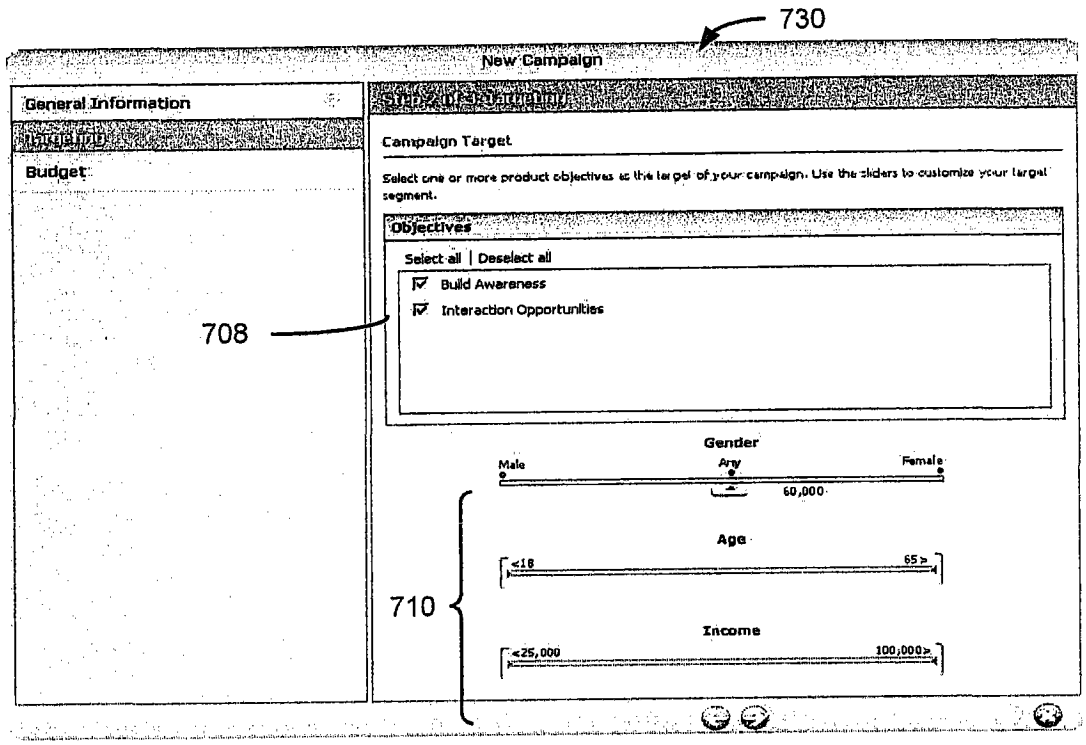

730
New Campaign
General Information
Budget
Campaign Target
Select one or more product objectives as the target of your campaign. Use the sliders to customize your target segment.
Objectives
Select all | Deselect all
Build Awareness
Interaction Opportunities
708
Gender
Male
Any
Female
60,000
Age
<18
65>
710
Income
<25,000
100,000>

图 7C

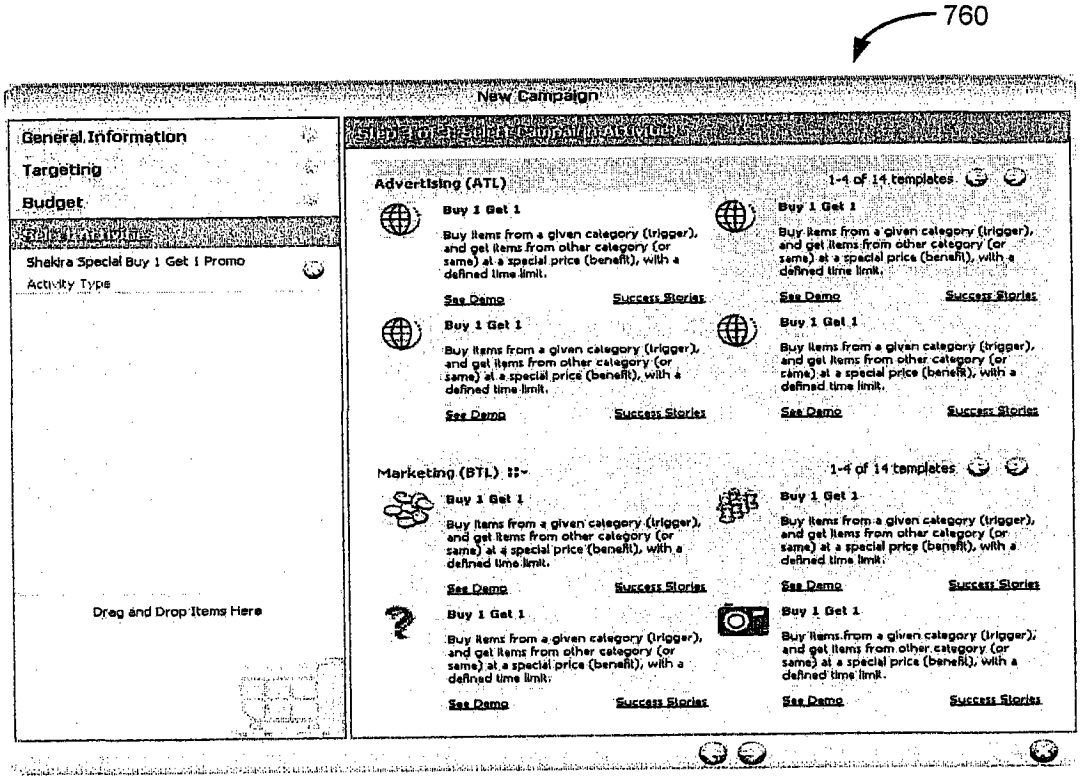

760
New Campaign
General Information
Targeting
Budget
Shakira Special Buy 1 Get 1 Promo
Activity Type
Drag and Drop Items Here
Advertising (ATL)
1-4 of 14 templates
Buy 1 Get 1
Buy items from a given category (trigger), and get items from other category (or same) at a special price (benefit), with a defined time limit.
See Demo
Success Stories
Marketing (BTL)
1-4 of 14 templates

图 7D

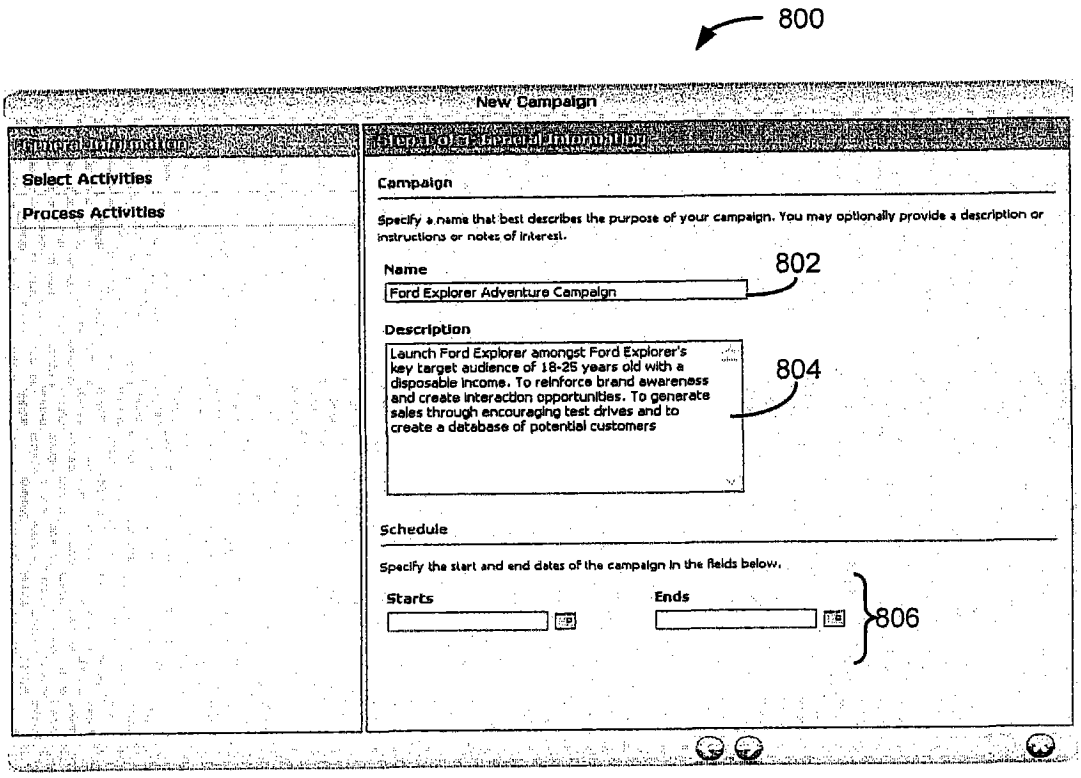

800
New Campaign
General Information
Select Activities
Process Activities
Campaign
Specify a name that best describes the purpose of your campaign. You may optionally provide a description or instructions or notes of interest.
Name
Ford Explorer Adventure Campaign
802
Description
Launch Ford Explorer amongst Ford Explorer's key target audience of 18-25 years old with a disposable income. To reinforce brand awareness and create interaction opportunities. To generate sales through encouraging test drives and to create a database of potential customers
804
Schedule
Specify the start and end dates of the campaign in the fields below.
Starts
Ends
806

图 8A

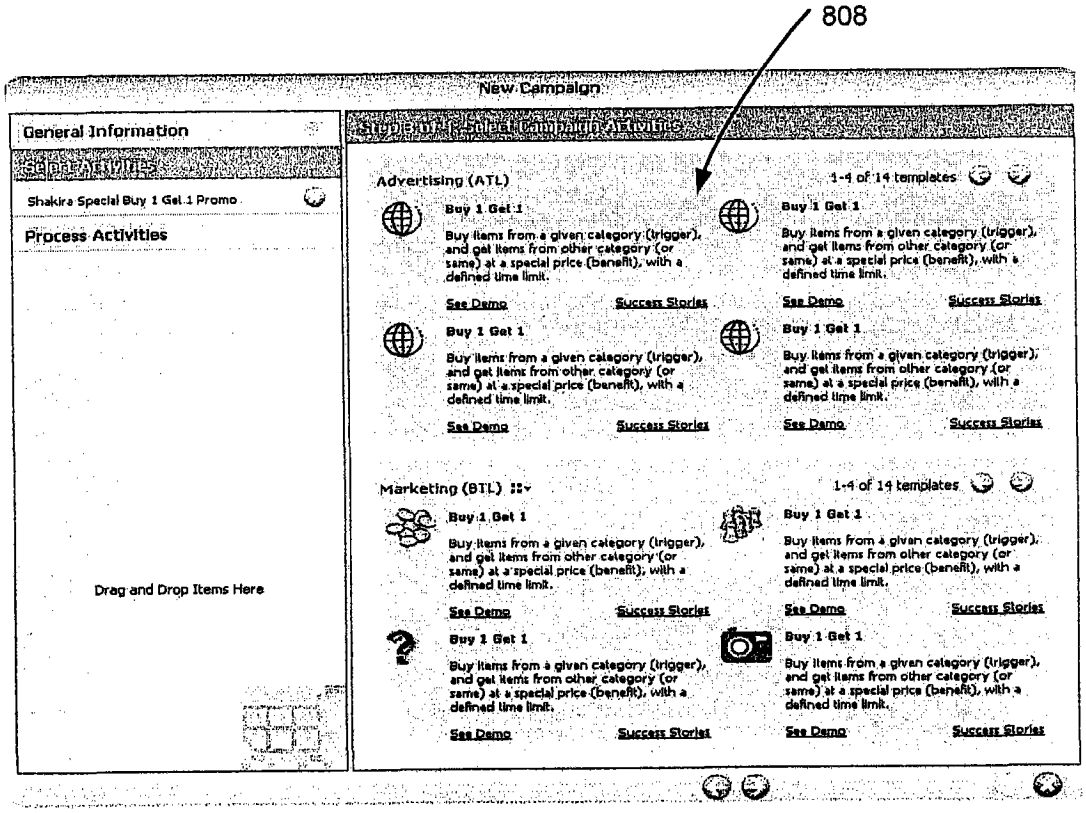

808
New Campaign
General Information
Select Activities
Shakira Special Buy 1 Get 1 Promo
Process Activities
Drag and Drop Items Here
Step 2 of 3 - Select Campaign Activities
Advertising (ATL)
1-4 of 14 templates
Buy 1 Get 1
Buy items from a given category (trigger), and get items from other category (or same) at a special price (benefit), with a defined time limit.
See Demo
Success Stories
Marketing (BTL)
1-4 of 14 templates

图 8B

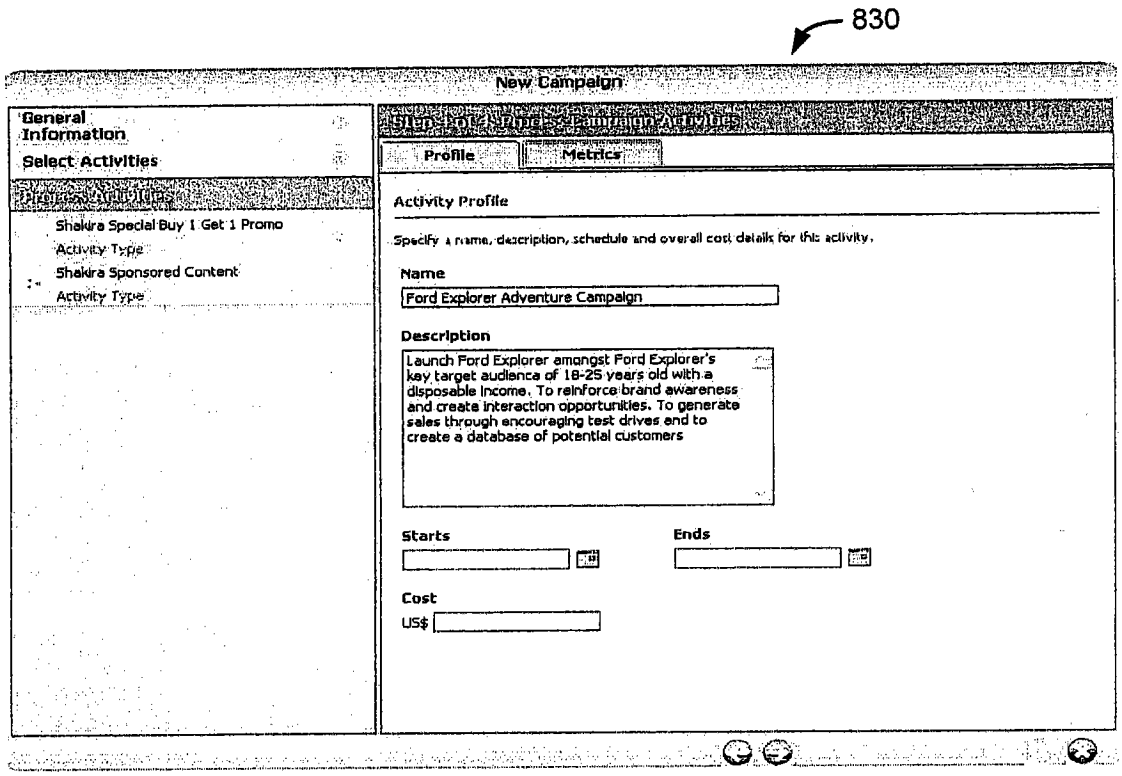

830
New Campaign
General Information
Select Activities
Shakira Special Buy 1 Get 1 Promo
Activity Type
Shakira Sponsored Content
Activity Type
Profile
Metrics
Activity Profile
Specify a name, description, schedule and overall cost details for this activity.
Name
Ford Explorer Adventure Campaign
Description
Launch Ford Explorer amongst Ford Explorer's key target audience of 18-25 years old with a disposable income. To reinforce brand awareness and create interaction opportunities. To generate sales through encouraging test drives and to create a database of potential customers
Starts
Ends
Cost
US$

图 8C

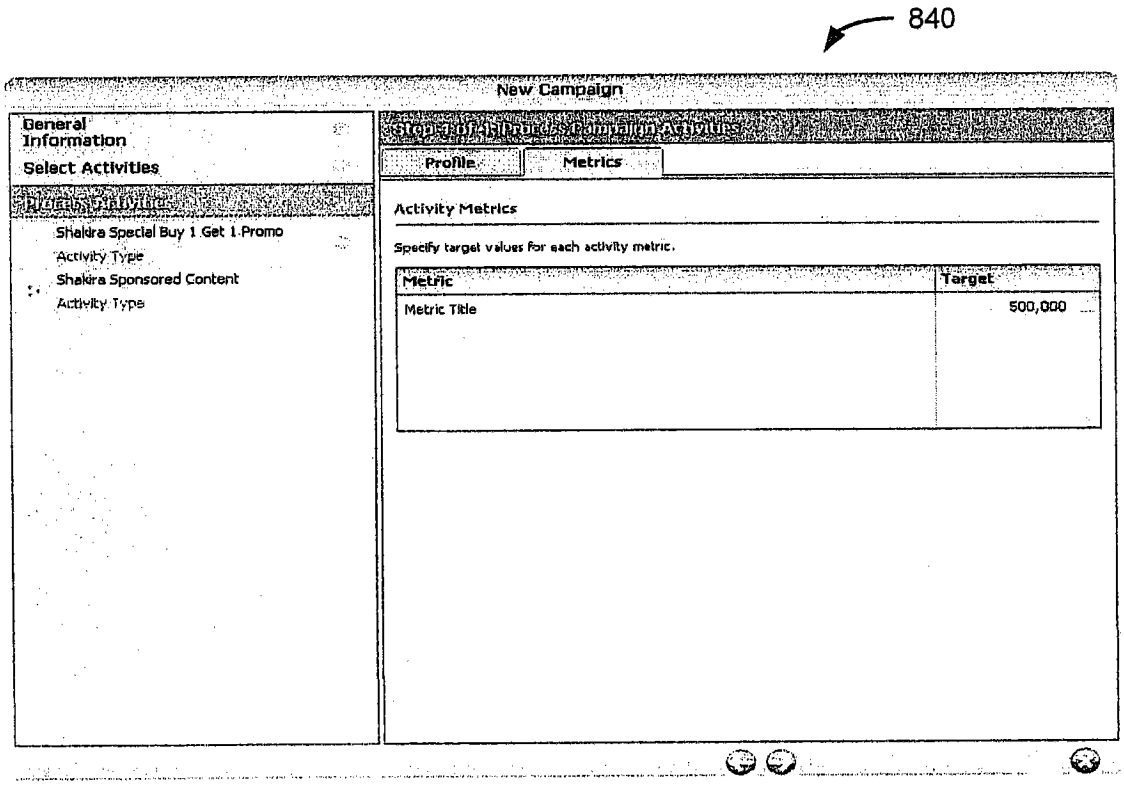

840
New Campaign
General Information
Select Activities
Shakira Special Buy 1 Get 1 Promo
Activity Type
Shakira Sponsored Content
Activity Type
Profile
Metrics
Activity Metrics
Specify target values for each activity metric.
Metric
Target
Metric Title
500,000

图 8D

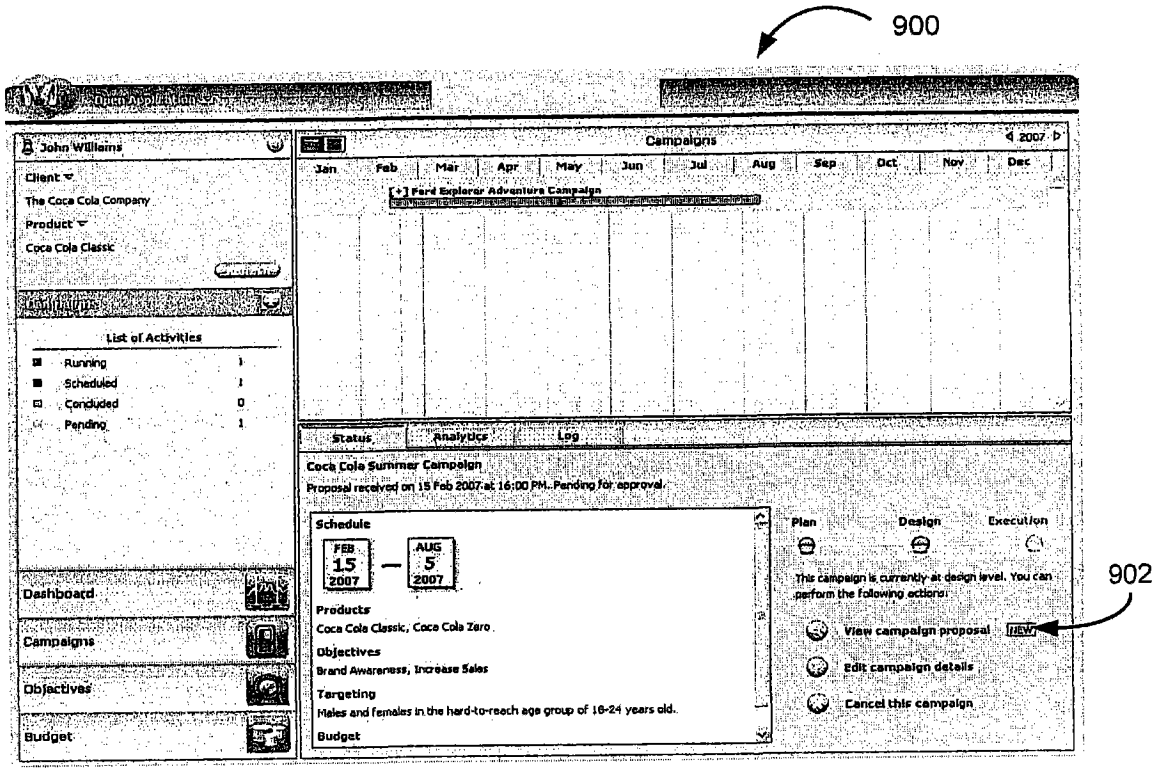

900
John Williams
Client
The Coca Cola Company
Product
Coca Cola Classic
List of Activities
Running 1
Scheduled 1
Concluded 0
Pending 1
Dashboard
Campaigns
Objectives
Budget
Campaigns
2007
Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec
[+] Ford Explorer Adventure Campaign
Status Analytics Log
Coca Cola Summer Campaign
Proposal received on 15 Feb 2007 at 16:00 PM. Pending for approval.
Schedule
FEB 15 2007 — AUG 5 2007
Products
Coca Cola Classic, Coca Cola Zero
Objectives
Brand Awareness, Increase Sales
Targeting
Males and females in the hard-to-reach age group of 18-24 years old.
Budget
Plan Design Execution
This campaign is currently at design level. You can perform the following actions:
View campaign proposal NEW
Edit campaign details
Cancel this campaign
902

图 9

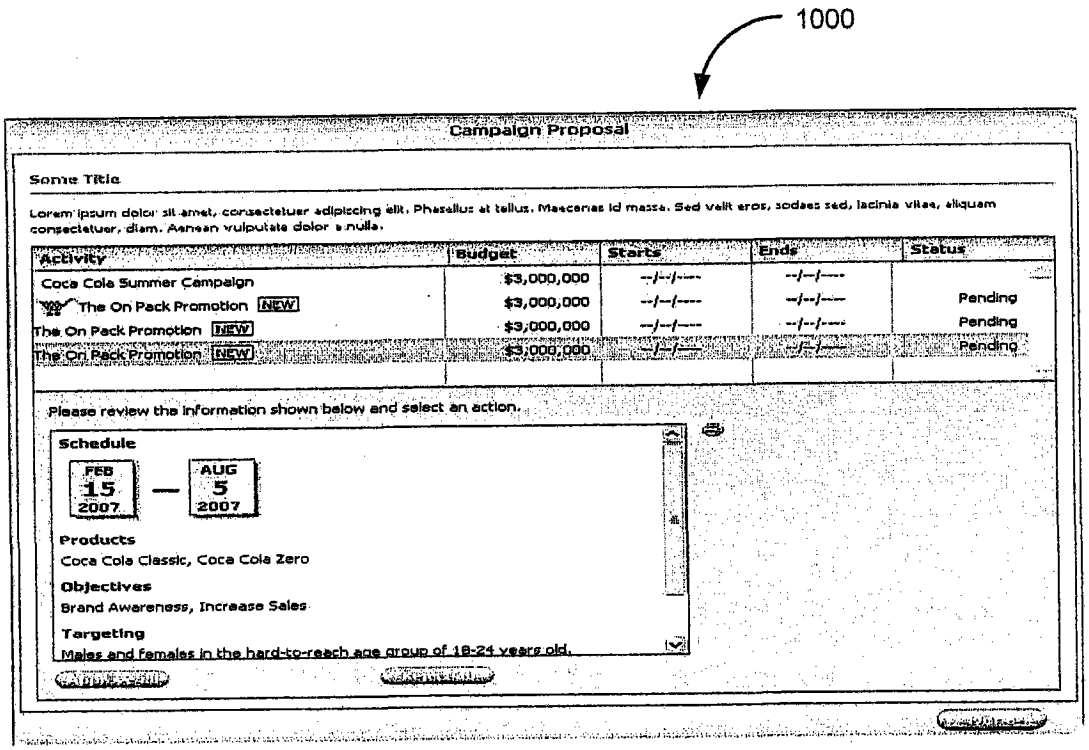

1000
Campaign Proposal
Some Title
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Phasellus at tellus. Maecenas id massa. Sed velit eros, sodales sed, lacinia vitae, aliquam consectetuer, diam. Aenean vulputate dolor a nulla.
Activity
Budget
Starts
Ends
Status
Coca Cola Summer Campaign $3,000,000 --/--/---- --/--/----
The On Pack Promotion NEW $3,000,000 --/--/---- --/--/---- Pending
The On Pack Promotion NEW $3,000,000 --/--/---- --/--/---- Pending
The On Pack Promotion NEW $3,000,000 --/--/---- --/--/---- Pending
Please review the information shown below and select an action.
Schedule
FEB 15 2007 — AUG 5 2007
Products
Coca Cola Classic, Coca Cola Zero
Objectives
Brand Awareness, Increase Sales
Targeting
Males and females in the hard-to-reach age group of 18-24 years old.

图 10

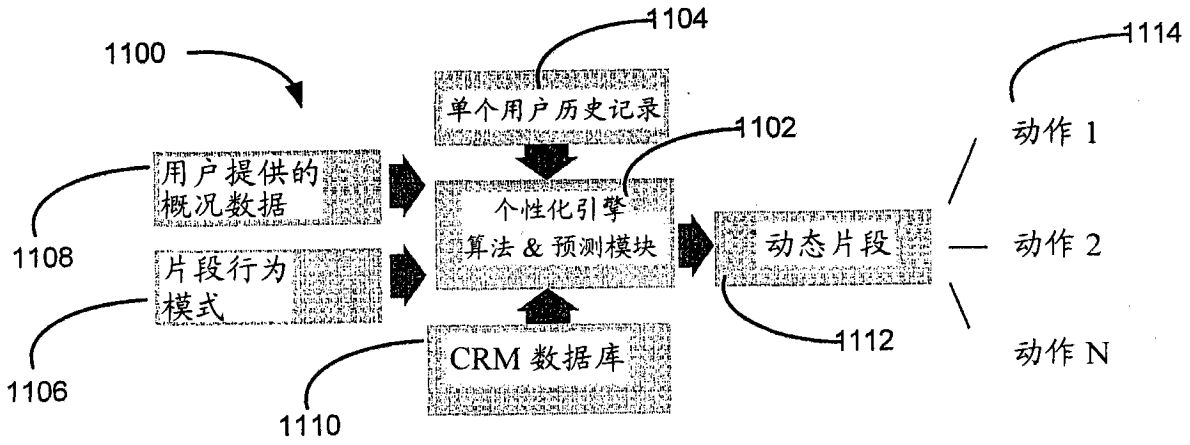

1100
1104
单个用户历史记录
1102
个性化引擎
算法 & 预测模块
1114
动作 1
动作 2
动作 N
1112
动态片段
用户提供的概况数据
1108
片段行为模式
1106
CRM 数据库
1110

图 11

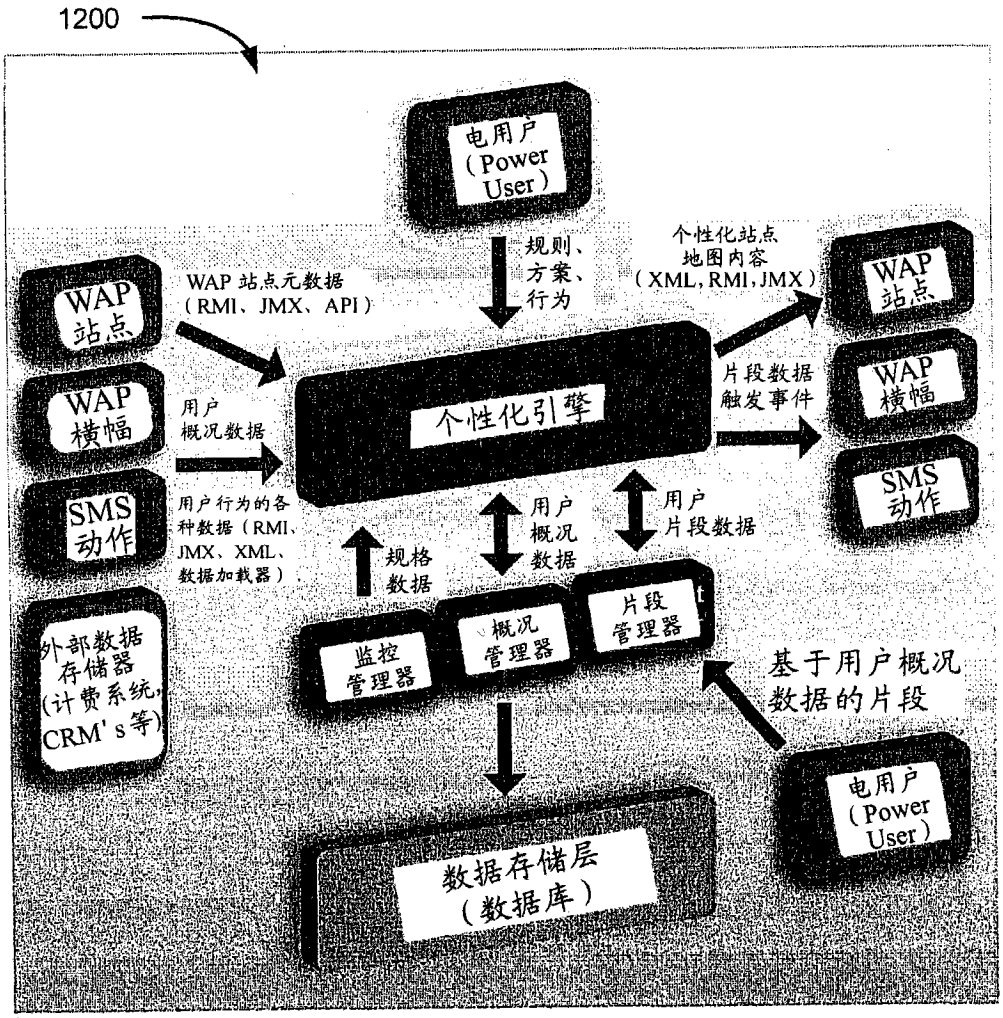

1200
电用户 (Power User)
规则、方案、行为
个性化站点地图内容 (XML, RMI, JMX)
WAP 站点
WAP 站点元数据 (RMI、JMX、API)
WAP 横幅
用户概况数据
个性化引擎
片段数据触发事件
SMS 动作
用户行为的各种数据 (RMI、JMX、XML、数据加载器)
规格数据
用户概况数据
用户片段数据
外部数据存储器 (计费系统, CRM's 等)
监控管理器
概况管理器
片段管理器
基于用户概况数据的片段
电用户 (Power User)
数据存储层 (数据库)

图 12

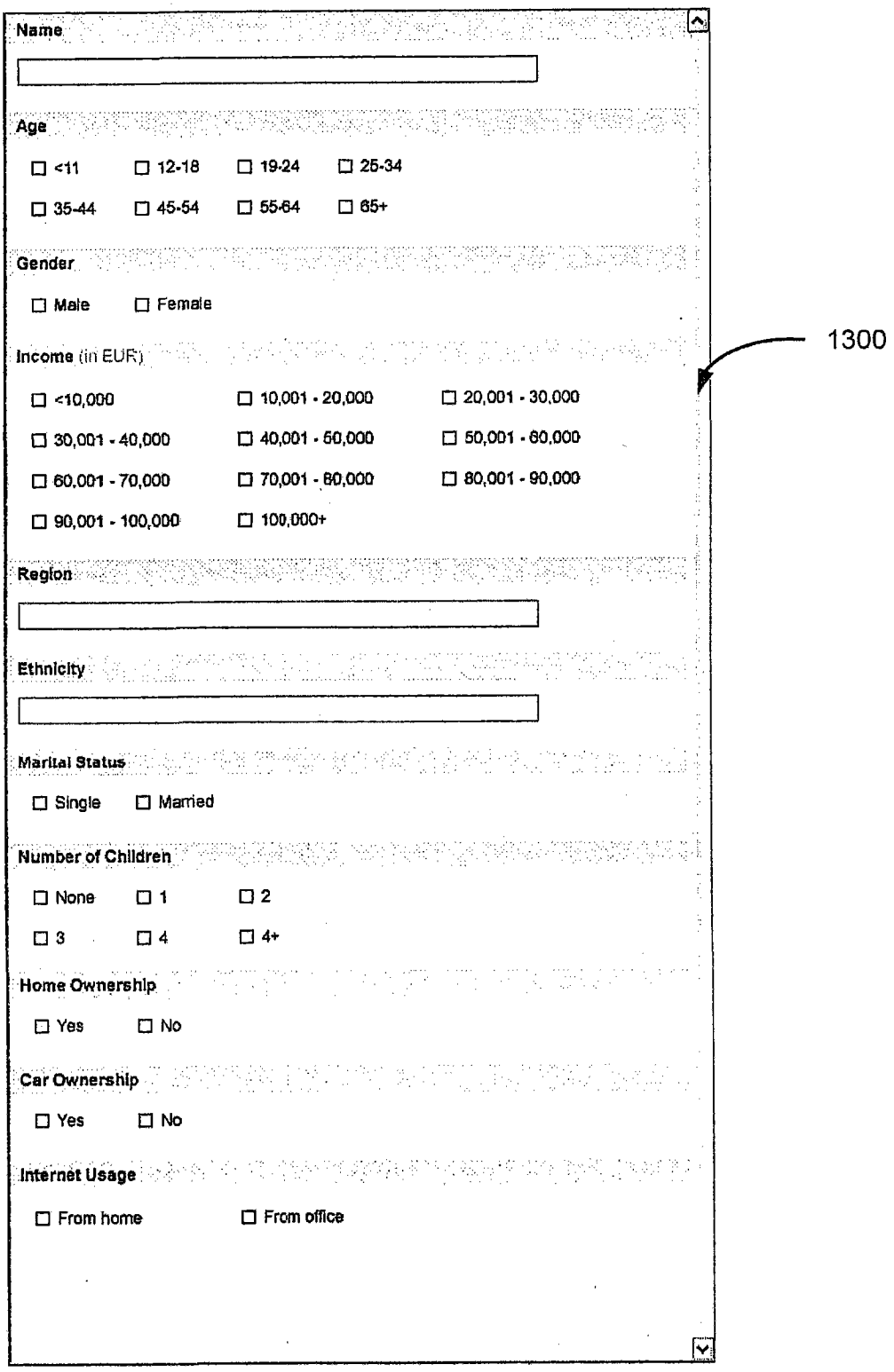

Name
Age
<11
12-18
19-24
25-34
35-44
45-54
55-64
65+
Gender
Male
Female
Income (in EUR)
<10,000
10,001 - 20,000
20,001 - 30,000
30,001 - 40,000
40,001 - 50,000
50,001 - 60,000
60,001 - 70,000
70,001 - 80,000
80,001 - 90,000
90,001 - 100,000
100,000+
Region
Ethnicity
Marital Status
Single
Married
Number of Children
None
1
2
3
4
4+
Home Ownership
Yes
No
Car Ownership
Yes
No
Internet Usage
From home
From office
1300

图 13

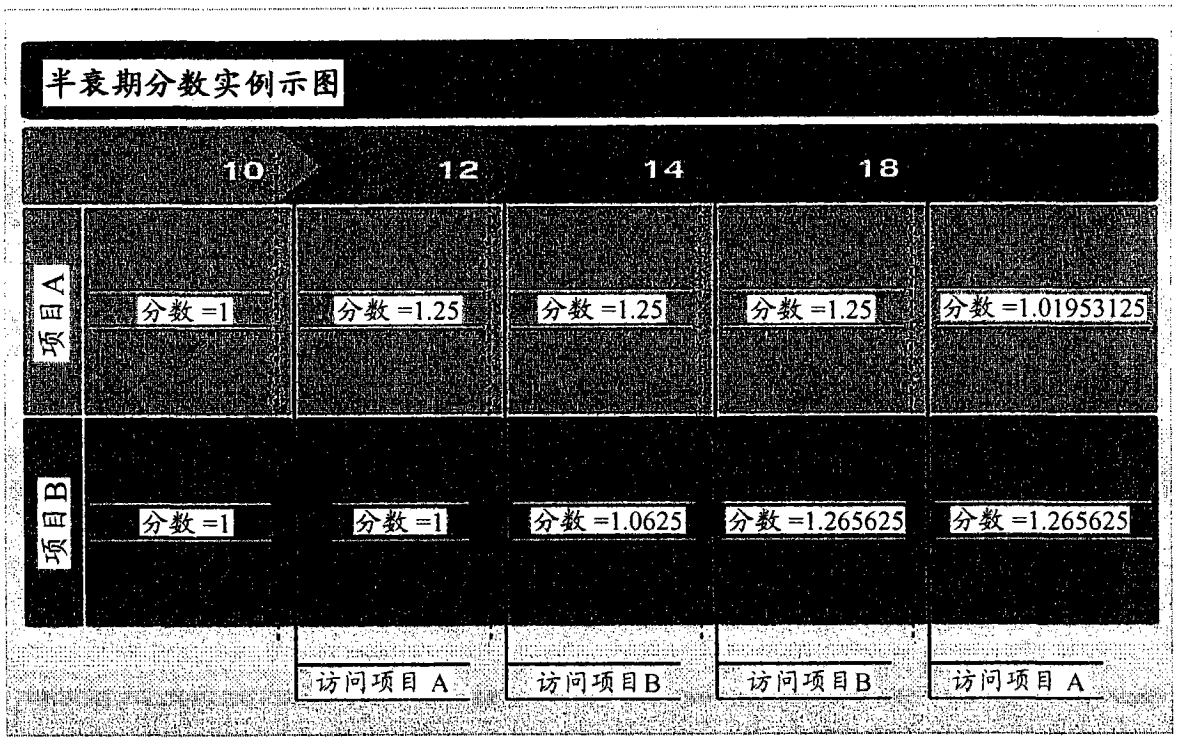

半衰期分数实例示图
10
12
14
18
项目A
分数 =1
分数 =1.25
分数 =1.25
分数 =1.25
分数 =1.01953125
项目B
分数 =1
分数 =1
分数 =1.0625
分数 =1.265625
分数 =1.265625
访问项目 A
访问项目B
访问项目B
访问项目 A

图 14

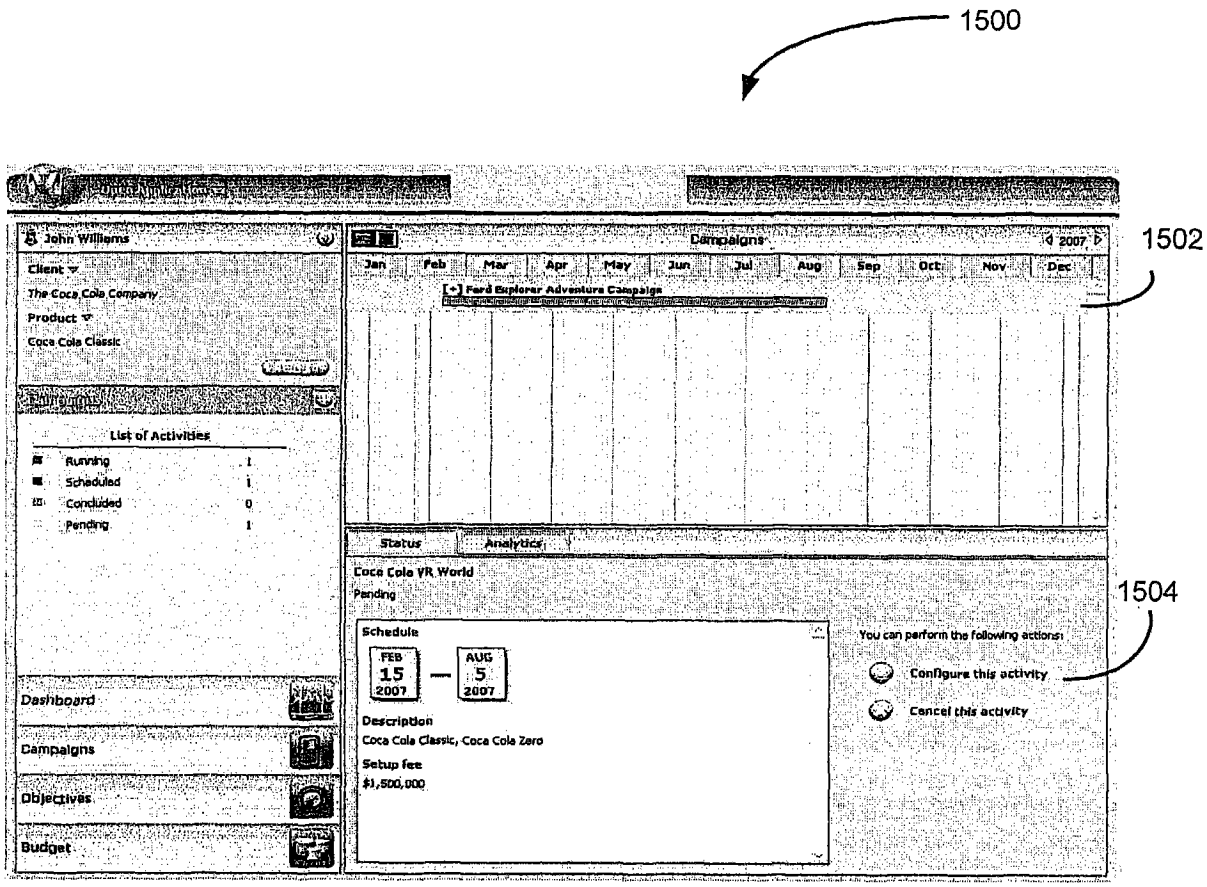

1500
1502
1504
John Williams
Client
The Coca Cola Company
Product
Coca Cola Classic
List of Activities
Running 1
Scheduled 1
Concluded 0
Pending 1
Dashboard
Campaigns
Objectives
Budget
Campaigns
2007
Jan
Feb
Mar
Apr
May
Jun
Jul
Aug
Sep
Oct
Nov
Dec
Ford Explorer Adventure Campaign
Status
Analytics
Coca Cola YR World
Pending
Schedule
FEB 15 2007
AUG 5 2007
Description
Coca Cola Classic, Coca Cola Zero
Setup fee
$1,500,000
You can perform the following actions:
Configure this activity
Cancel this activity

图 15

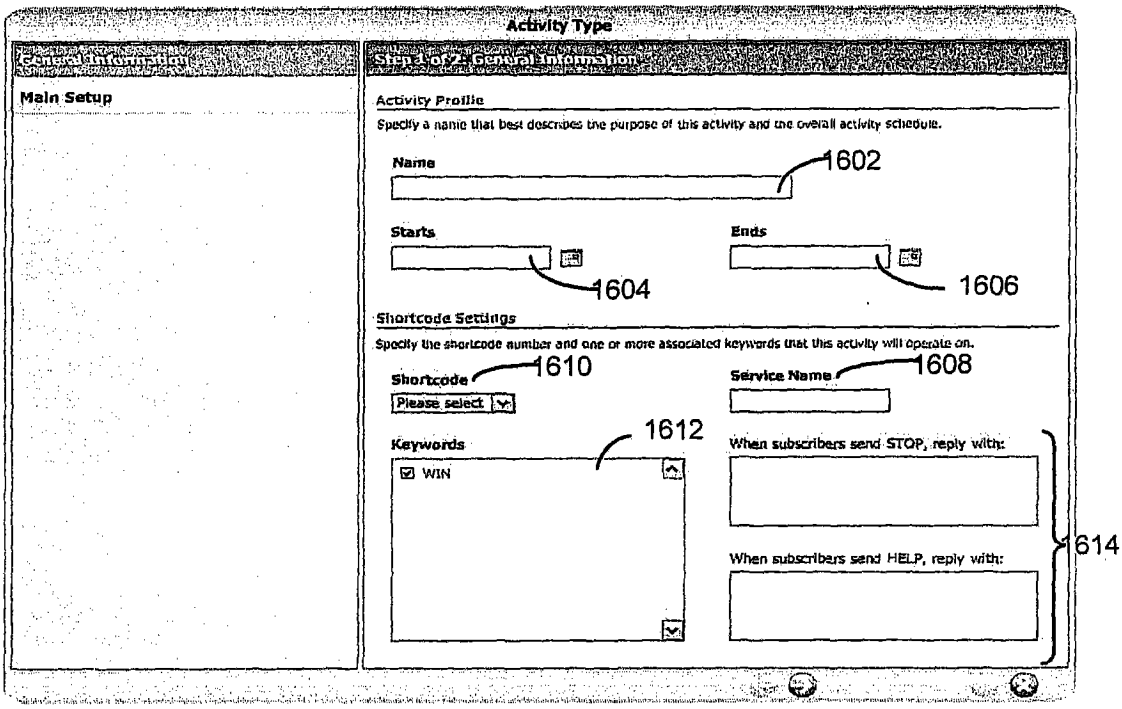

Activity Type
General Information
Main Setup
Step 2 of 2: General Information
Activity Profile
Specify a name that best describes the purpose of this activity and the overall activity schedule.
Name
1602
Starts
Ends
1604
1606
Shortcode Settings
Specify the shortcode number and one or more associated keywords that this activity will operate on.
Shortcode
1610
Service Name
1608
Please select
Keywords
1612
WIN
When subscribers send STOP, reply with:
When subscribers send HELP, reply with:
1614

图 16A

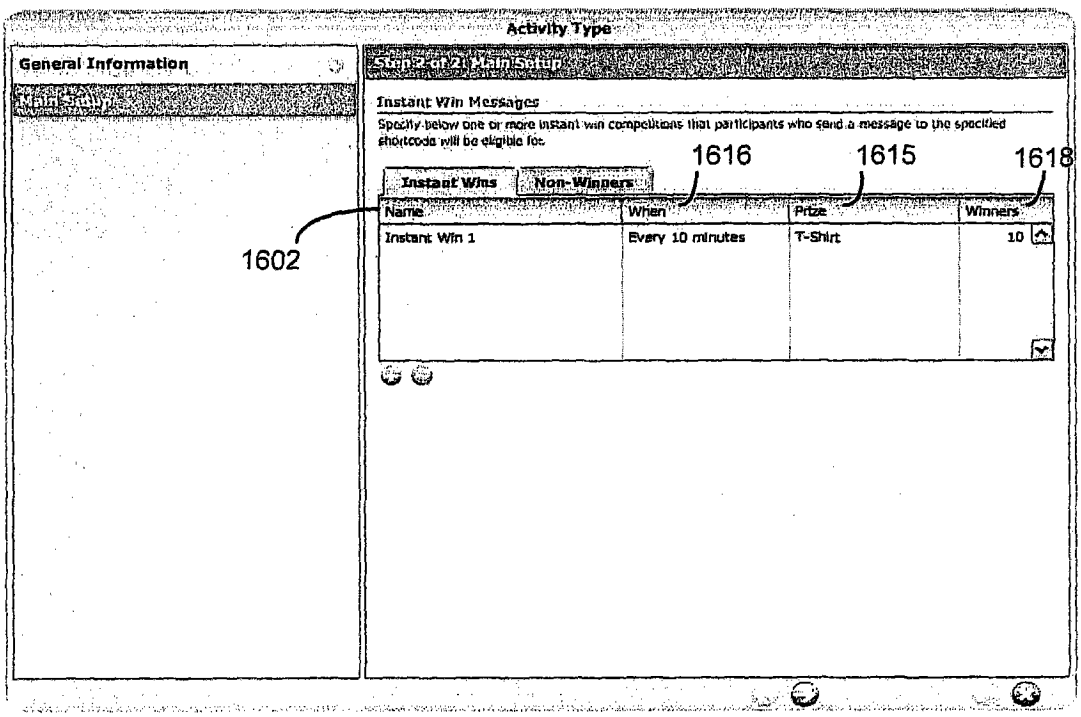

Activity Type
General Information
Main Setup
Step 2 of 2: Main Setup
Instant Win Messages
Specify below one or more instant win competitions that participants who send a message to the specified shortcode will be eligible for.
1616
1615
1618
Instant Wins
Non-Winners
1602
Name
When
Prize
Winners
Instant Win 1
Every 10 minutes
T-Shirt
10

图 16B

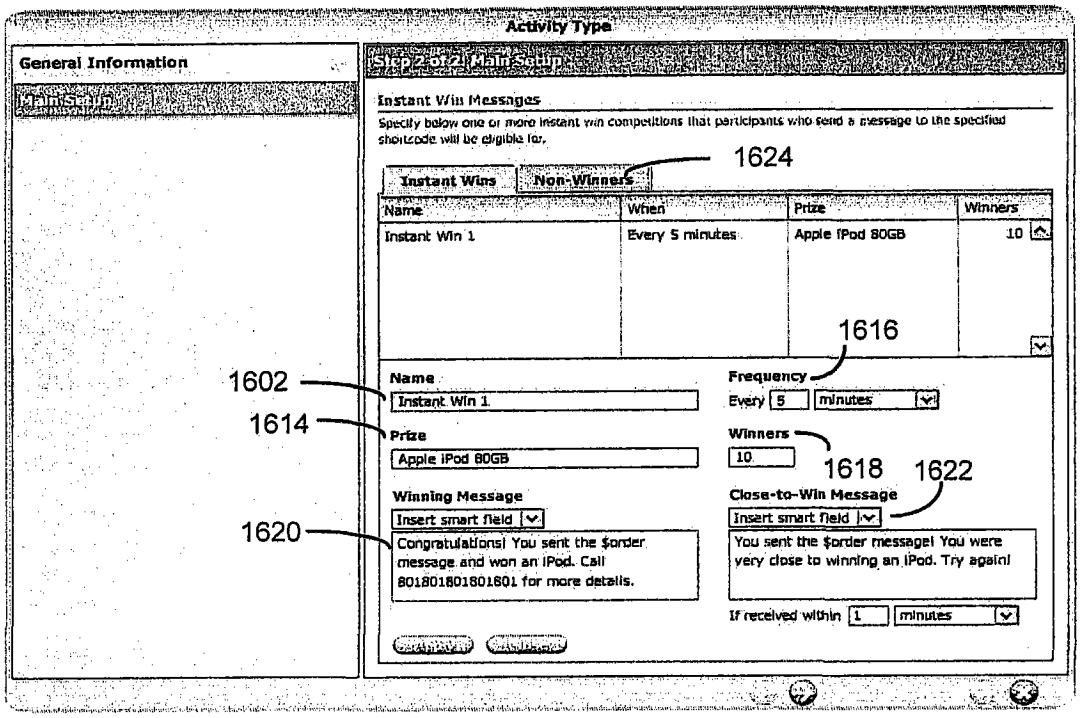

Activity Type
General Information
Instant Win Messages
Specify below one or more instant win competitions that participants who send a message to the specified shortcode will be eligible for.
Instant Wins
Non-Winners
1624
Name
When
Prize
Winners
Instant Win 1
Every 5 minutes
Apple iPod 80GB
10
1616
1602
Name
Instant Win 1
Frequency
Every 5 minutes
1614
Prize
Apple iPod 80GB
Winners
10
1618
1622
Winning Message
Insert smart field
Close-to-Win Message
Insert smart field
1620
Congratulations! You sent the $order message and won an iPod. Call 80180180180180l for more details.
You sent the $order message! You were very close to winning an iPod. Try again!
If received within 1 minutes

图 16C

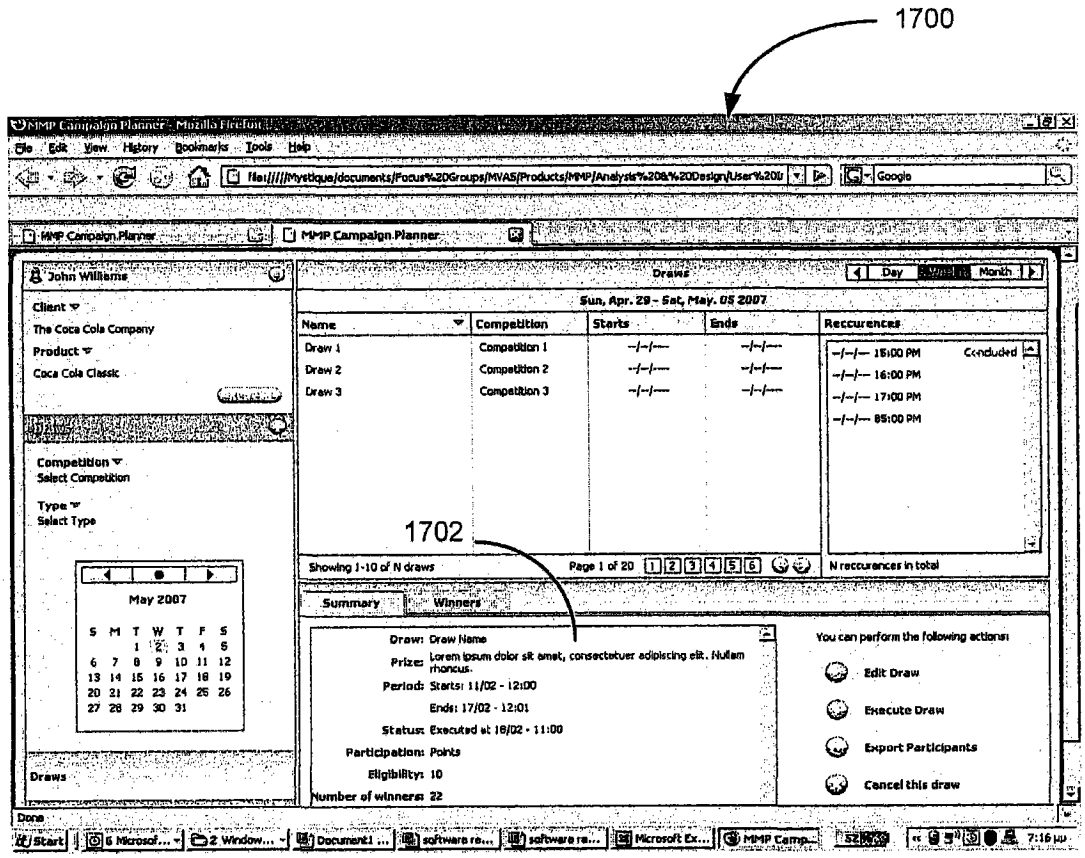

1700
MMP Campaign Planner
John Williams
Client
The Coca Cola Company
Product
Coca Cola Classic
Competition
Select Competition
Type
Select Type
May 2007
Draws
Sun, Apr. 29 - Sat, May. 05 2007
Name
Competition
Starts
Ends
Reccurences
Draw 1
Draw 2
Draw 3
Competition 1
Competition 2
Competition 3
1702
Summary
Winners
Draw: Draw Name
Prize: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Nullam rhoncus.
Period: Starts: 11/02 - 12:00
Ends: 17/02 - 12:01
Status: Executed at 16/02 - 11:00
Participation: Points
Eligibility: 10
Number of winners: 22
You can perform the following actions:
Edit Draw
Execute Draw
Export Participants
Cancel this draw

图 17

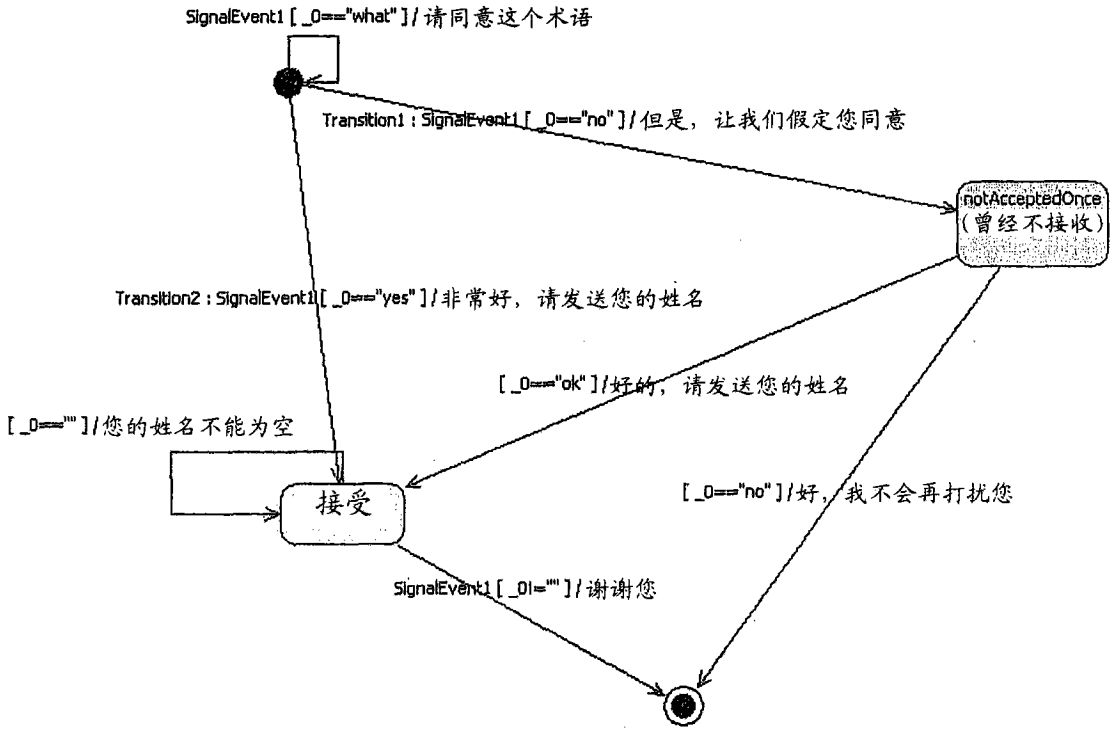

SignalEvent1 [_0=="what"] / 请同意这个术语
Transition1 : SignalEvent1 [_0=="no"] / 但是，让我们假定您同意
notAcceptedOnce
(曾经不接收)
Transition2 : SignalEvent1 [_0=="yes"] / 非常好，请发送您的姓名
[_0=="ok"] / 好的，请发送您的姓名
[_0==""] / 您的姓名不能为空
接受
[_0=="no"] / 好，我不会再打扰您
SignalEvent1 [_0!=""] / 谢谢您

图 18

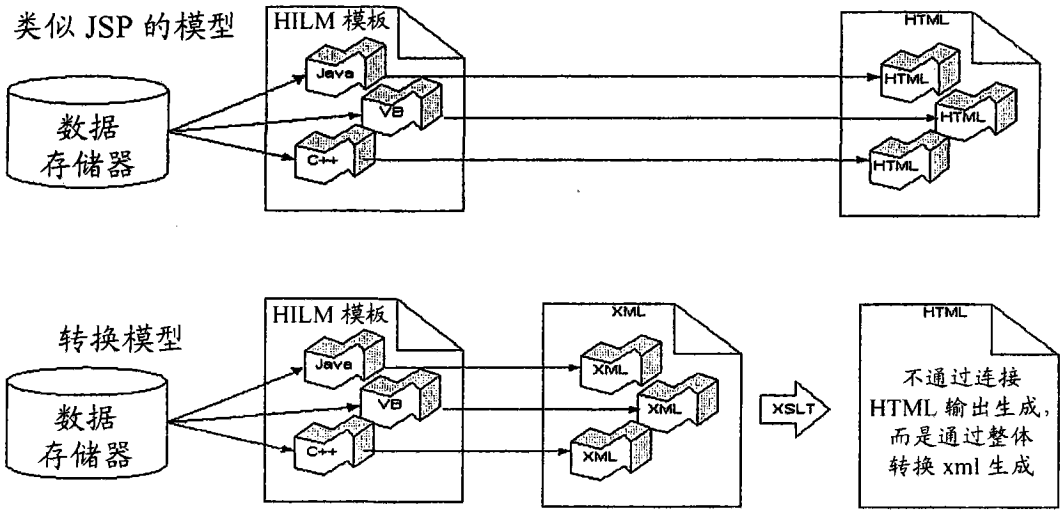

类似 JSP 的模型
HILM 模板
Java
VB
C++
数据
存储器
HTML
HTML
HTML
HTML
转换模型
HILM 模板
Java
VB
C++
数据
存储器
XML
XML
XML
XML
XSLT
HTML
不通过连接
HTML 输出生成，
而是通过整体
转换 xml 生成

图 19

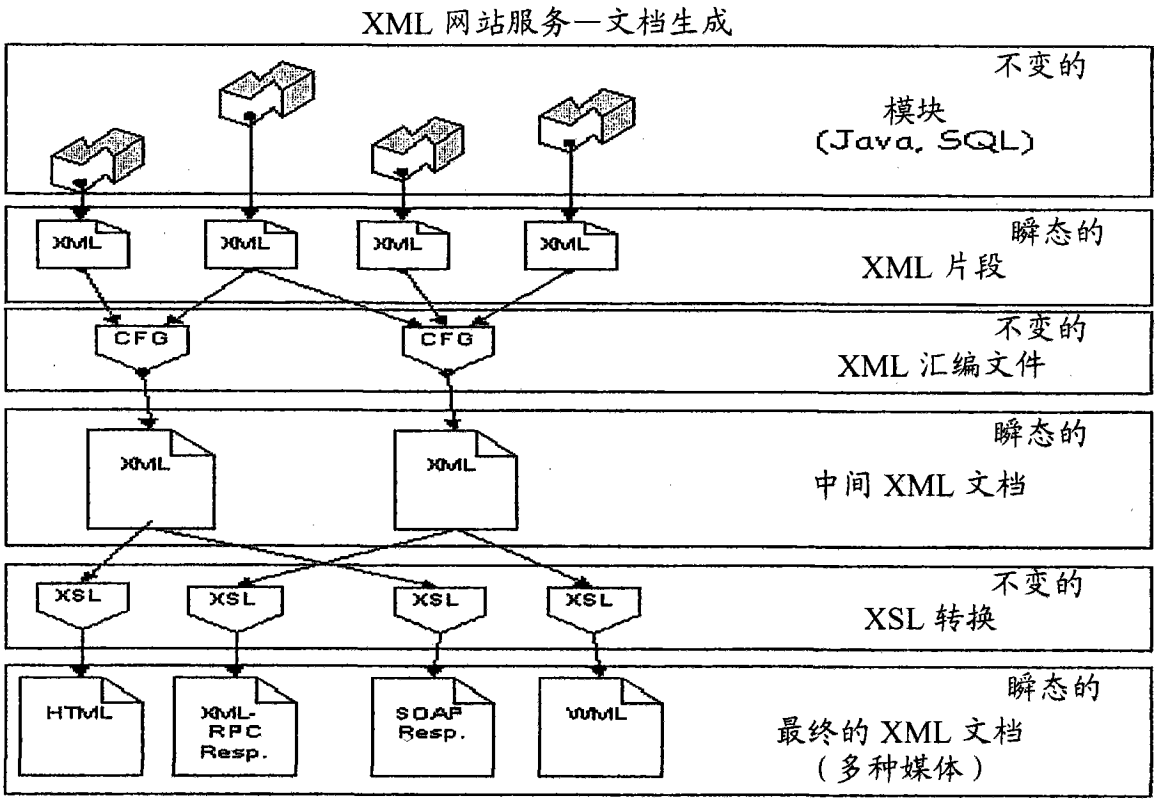

XML 网站服务—文档生成
不变的
模块
(Java, SQL)
瞬态的
XML 片段
不变的
XML 汇编文件
瞬态的
中间 XML 文档
不变的
XSL 转换
瞬态的
最终的 XML 文档
（多种媒体）
XML
CFG
XSL
HTML
XML-RPC Resp.
SOAP Resp.
WML

图 20

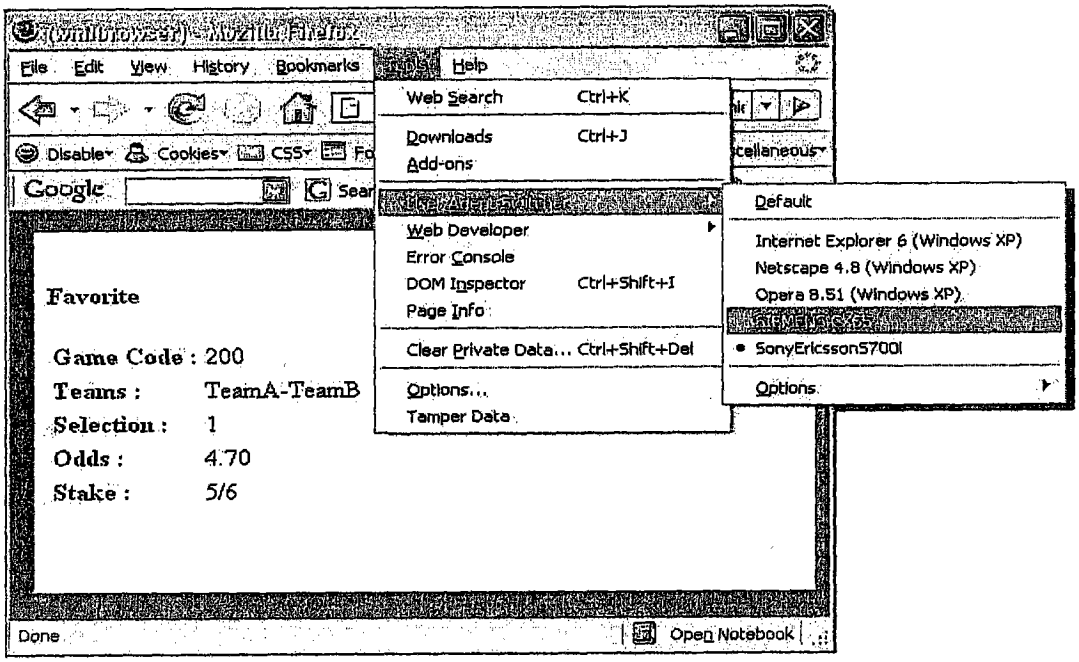

File Edit View History Bookmarks Tools Help
Web Search Ctrl+K
Downloads Ctrl+J
Add-ons
Web Developer
Error Console
DOM Inspector Ctrl+Shift+I
Page Info
Clear Private Data... Ctrl+Shift+Del
Options...
Tamper Data
Default
Internet Explorer 6 (Windows XP)
Netscape 4.8 (Windows XP)
Opera 8.51 (Windows XP)
SonyEricsson5700i
Options
Favorite
Game Code : 200
Teams : TeamA-TeamB
Selection : 1
Odds : 4.70
Stake : 5/6
Done
Open Notebook

图 21A

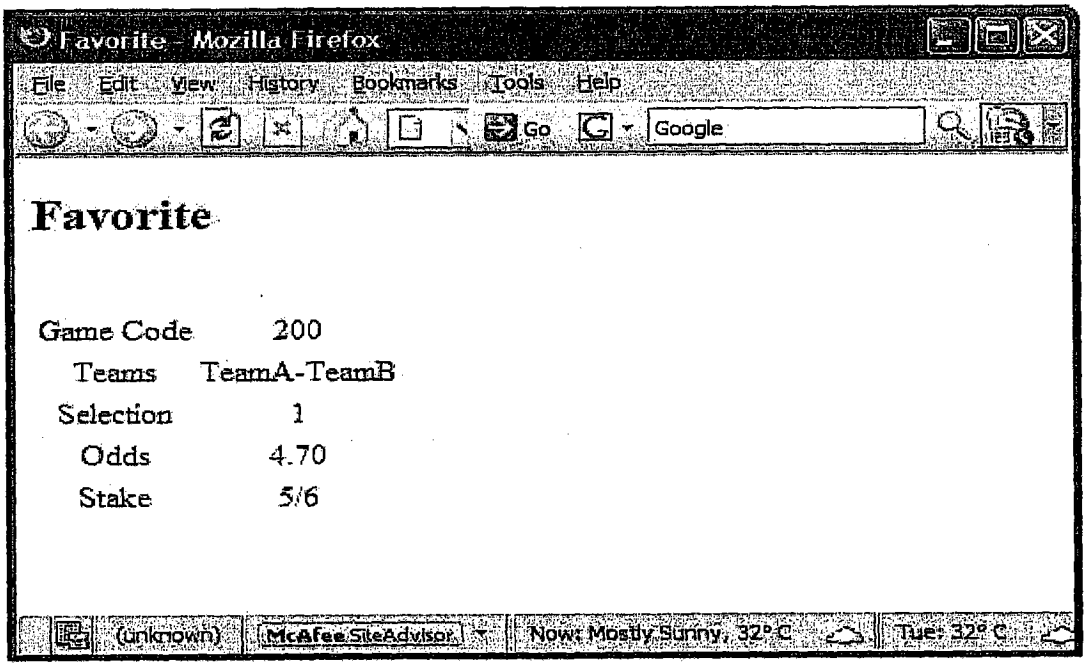

Favorite - Mozilla Firefox
File Edit View History Bookmarks Tools Help
Go
Google
Favorite
Game Code 200
Teams TeamA-TeamB
Selection 1
Odds 4.70
Stake 5/6
(Unknown)
McAfee SiteAdvisor
Now: Mostly Sunny, 32°C
Tue: 32° C

图 21B

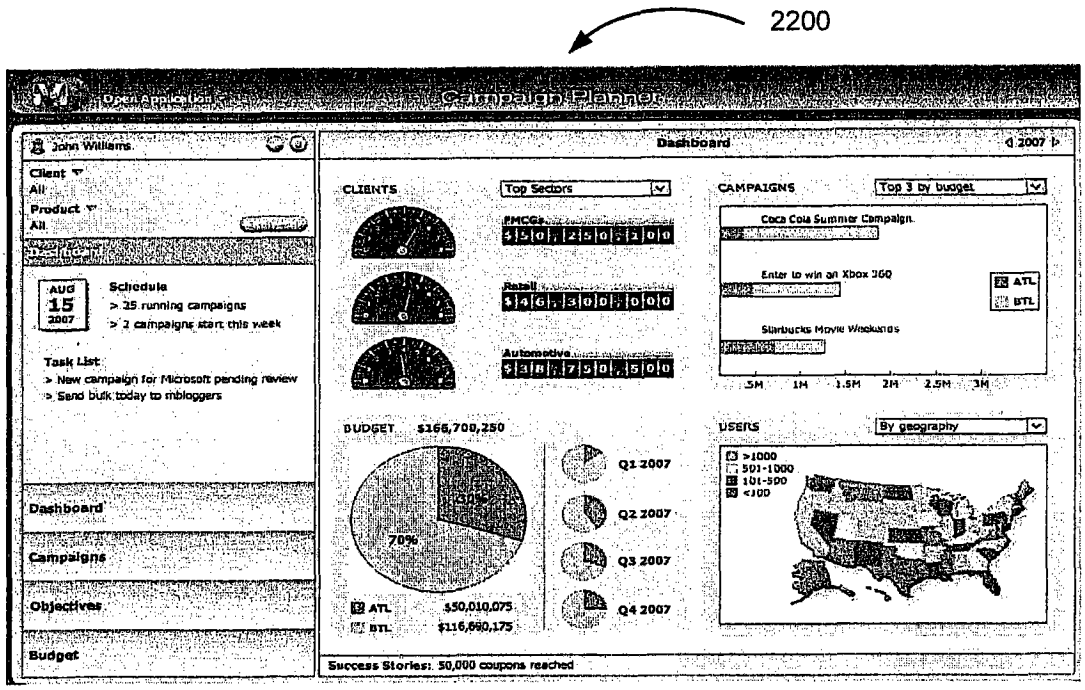

2200
Campaign Planner
John Williams
Dashboard
Client
All
Product
All
Schedule
> 35 running campaigns
> 2 campaigns start this week
Task List
> New campaign for Microsoft pending review
> Send bulk today to mbloggers
Dashboard
Campaigns
Objectives
Budget
CLIENTS
Top Sectors
CAMPAIGNS
Top 3 by budget
Coca Cola Summer Campaign
Enter to win an Xbox 360
Starbucks Movie Weekends
ATL
BTL
BUDGET $166,700,250
70%
30%
ATL $50,010,075
BTL $116,690,175
Q1 2007
Q2 2007
Q3 2007
Q4 2007
USERS
By geography
Success Stories: 50,000 coupons reached

图 22

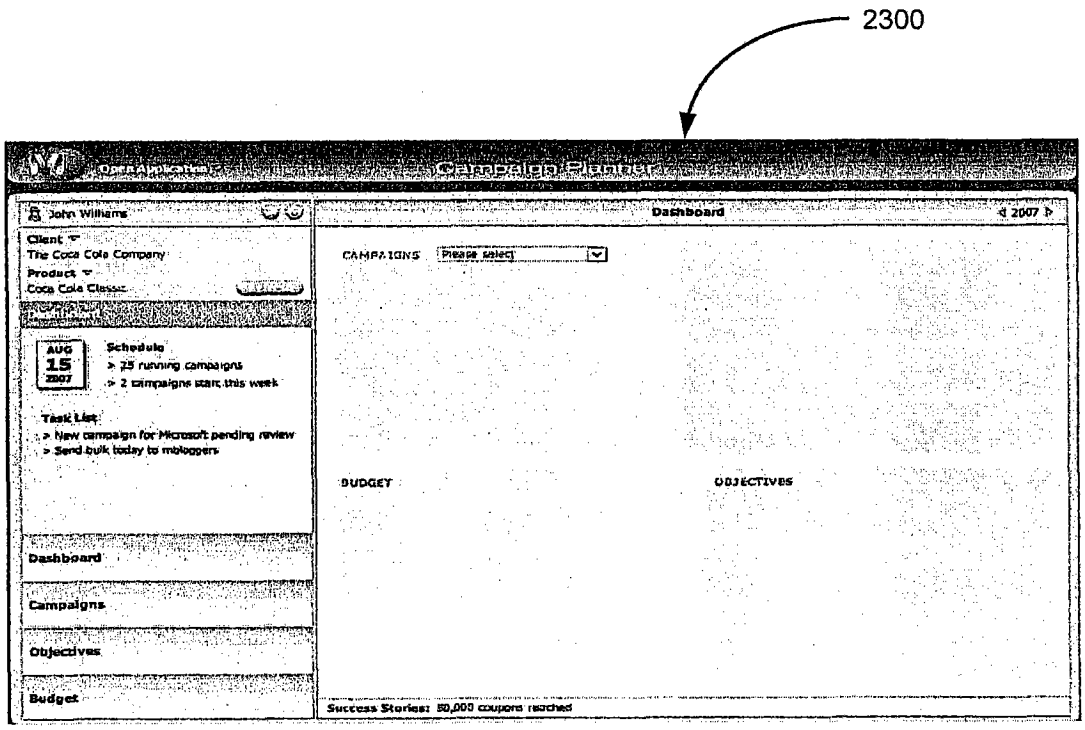

2300
Campaign Planner
John Williams
Client
The Coca Cola Company
Product
Coca Cola Classic
AUG
15
2007
Schedule
> 75 running campaigns
> 2 campaigns start this week
Task List
> New campaign for Microsoft pending review
> Send bulk today to mbloggers
Dashboard
Campaigns
Objectives
Budget
Dashboard
2007
CAMPAIGNS
Please select
BUDGET
OBJECTIVES
Success Stories: 80,000 coupons reached

图 23

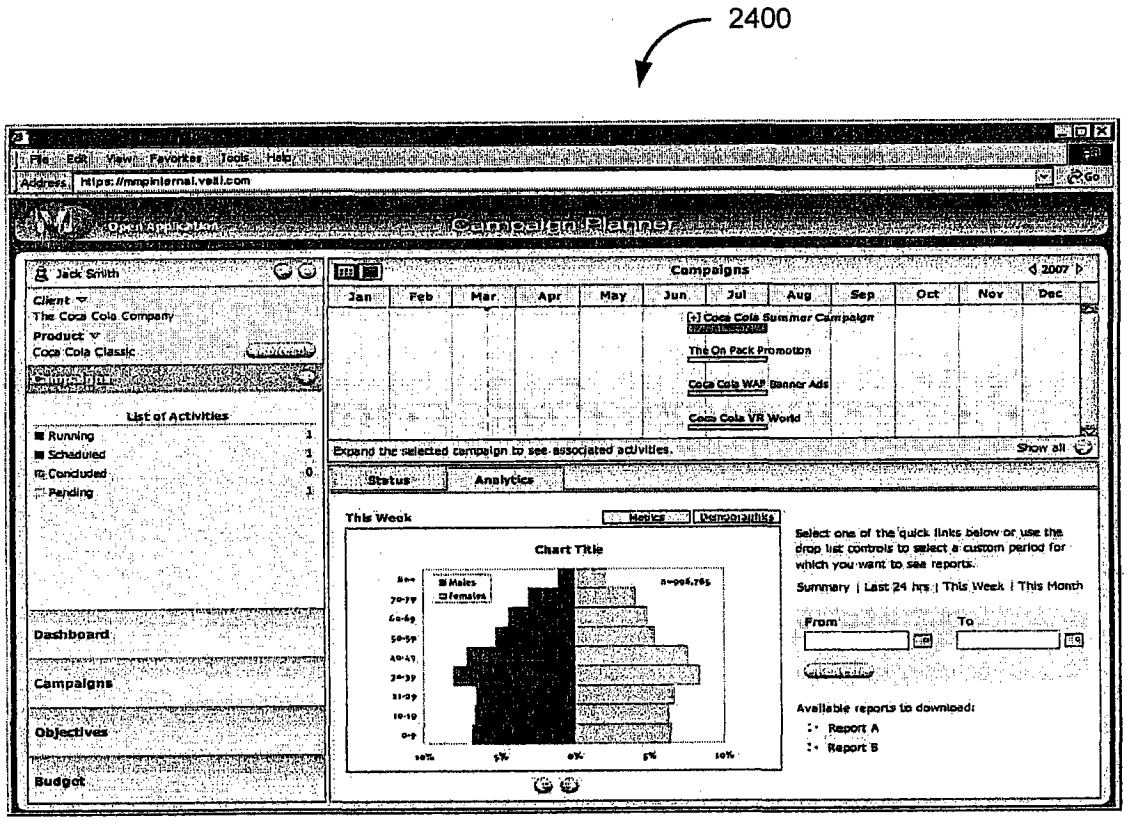

2400
Campaign Planner
Jack Smith
Client
The Coca Cola Company
Product
Coca Cola Classic
List of Activities
Running 1
Scheduled 1
Concluded 0
Pending 1
Dashboard
Campaigns
Objectives
Budget
Campaigns
2007
Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec
Coca Cola Summer Campaign
The On Pack Promotion
Coca Cola WAP Banner Ads
Coca Cola VR World
Expand the selected campaign to see associated activities.
Show all
Status
Analytics
This Week
Males
Demographics
Chart Title
Males
Females
Select one of the quick links below or use the drop list controls to select a custom period for which you want to see reports.
Summary | Last 24 hrs | This Week | This Month
From
To
Available reports to download:
Report A
Report B

图 24

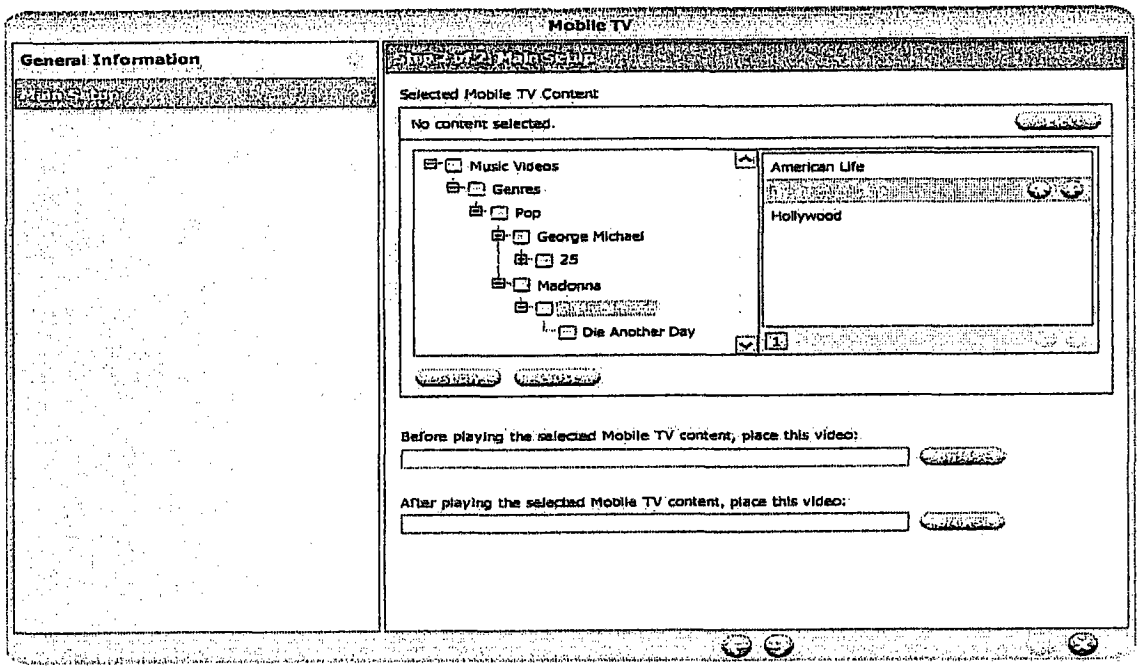

Mobile TV
General Information
Selected Mobile TV Content
No content selected.
Music Videos
Genres
Pop
George Michael
25
Madonna
Die Another Day
American Life
Hollywood
Before playing the selected Mobile TV content, place this video:
After playing the selected Mobile TV content, place this video:

图 25

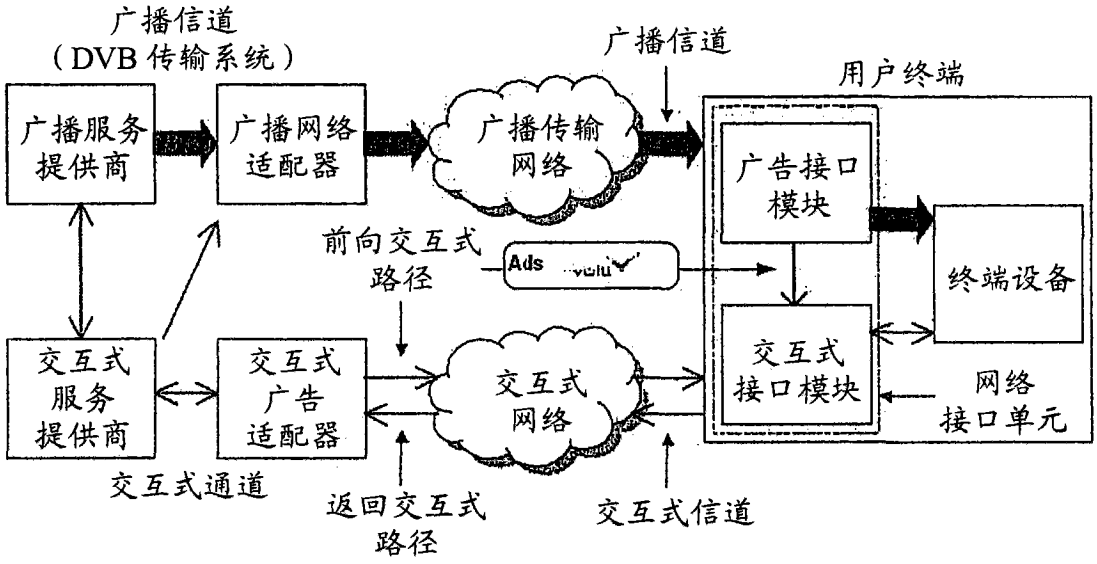

广播信道
（DVB 传输系统）
广播信道
用户终端
广播服务
提供商
广播网络
适配器
广播传输
网络
广告接口
模块
前向交互式
路径
Ads
终端设备
交互式
服务
提供商
交互式
广告
适配器
交互式
网络
交互式
接口模块
网络
接口单元
交互式通道
返回交互式
路径
交互式信道

图 26

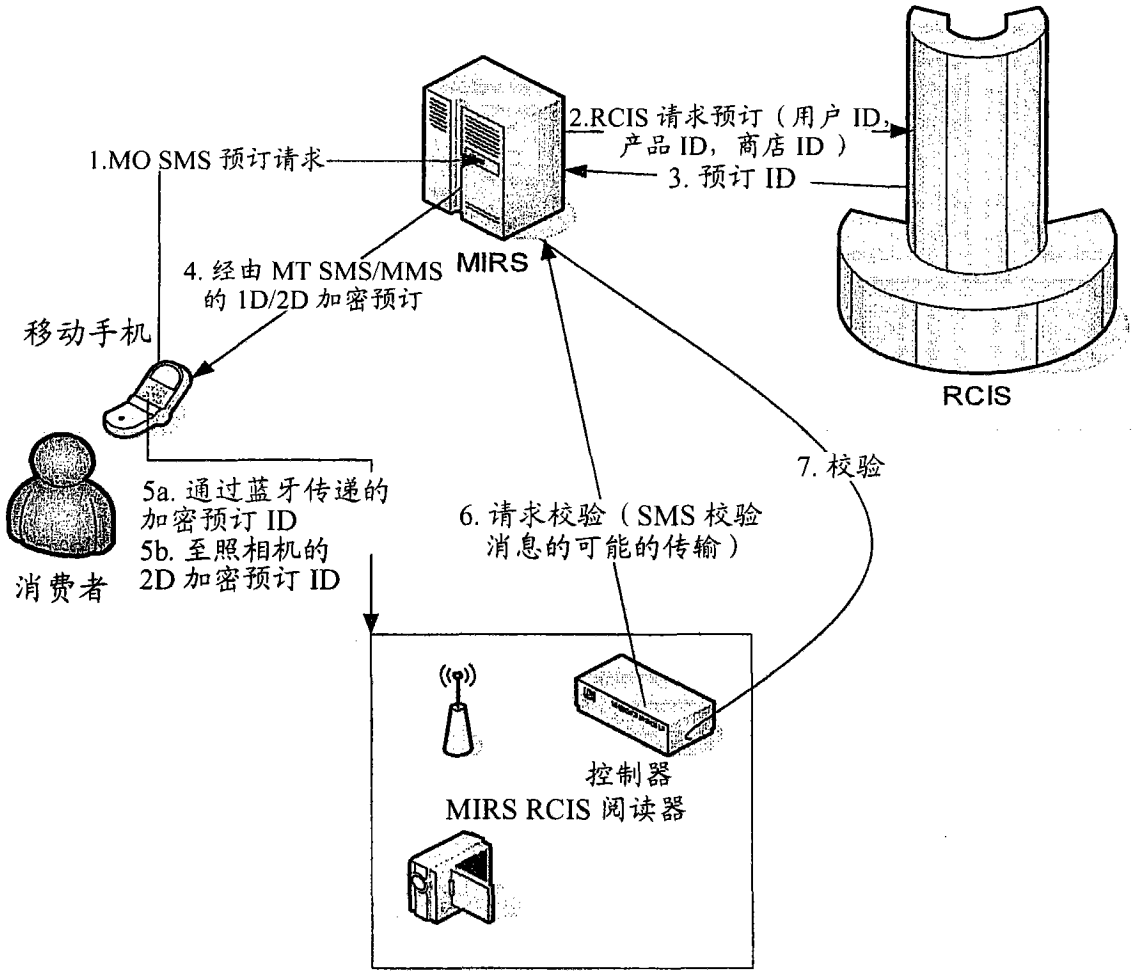

1.MO SMS 预订请求
2.RCIS 请求预订（用户 ID，产品 ID，商店 ID）
3. 预订 ID
MIRS
RCIS
4. 经由 MT SMS/MMS 的 1D/2D 加密预订
移动手机
消费者
5a. 通过蓝牙传递的加密预订 ID
5b. 至照相机的 2D 加密预订 ID
6. 请求校验（SMS 校验消息的可能的传输）
7. 校验
控制器
MIRS RCIS 阅读器

图 27

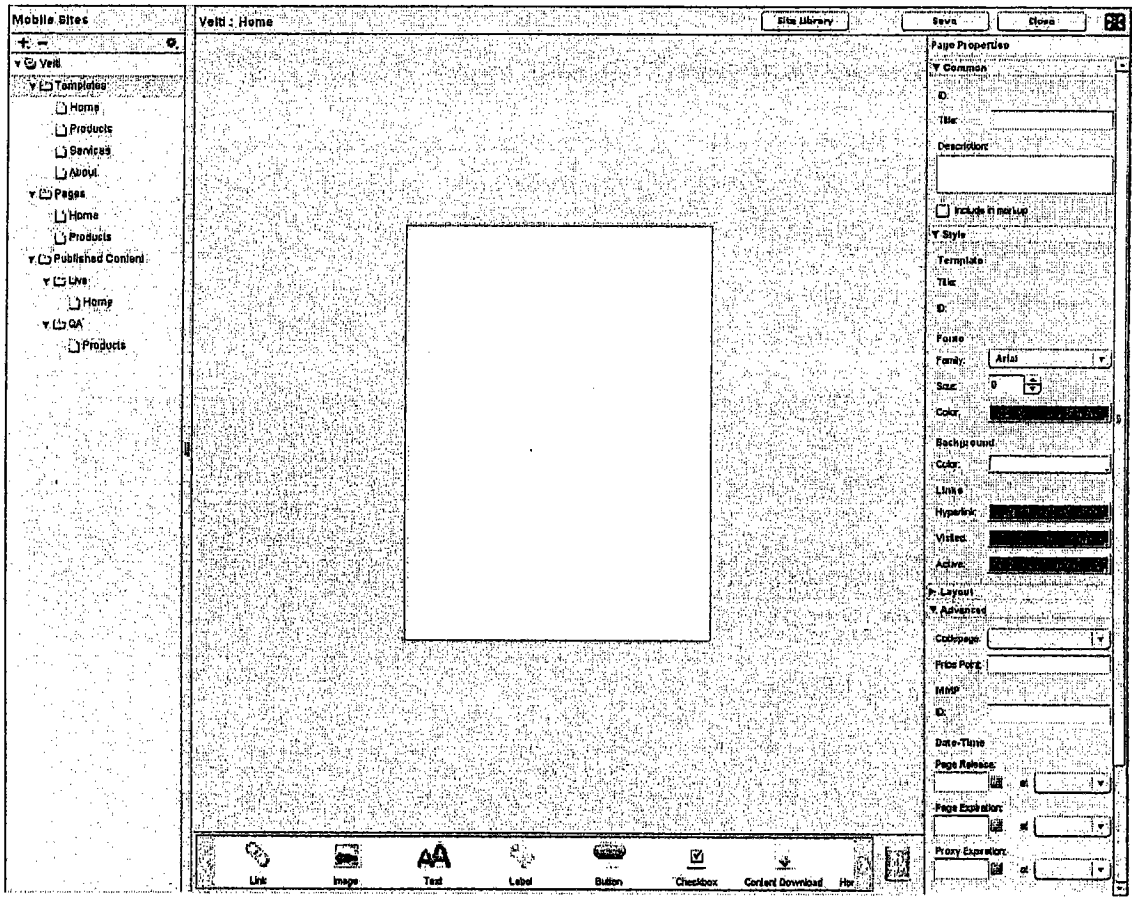

Mobile Sites
Velti : Home
Site Library
Save
Close
Templates
Home
Products
Services
About
Pages
Home
Products
Published Content
Live
Home
QA
Products
Page Properties
Common
ID:
Title:
Description:
Include in markup
Style
Template
Title:
ID:
Font
Family:
Arial
Size:
Color:
Background
Color:
Links
Hyperlink:
Visited:
Active:
Layout
Advanced
Codepage:
Price Point:
MMP
ID:
Date-Time
Page Release:
at
Page Expiration:
at
Proxy Expiration:
at
Link
Image
Text
Label
Button
Checkbox
Content Download

图 28A

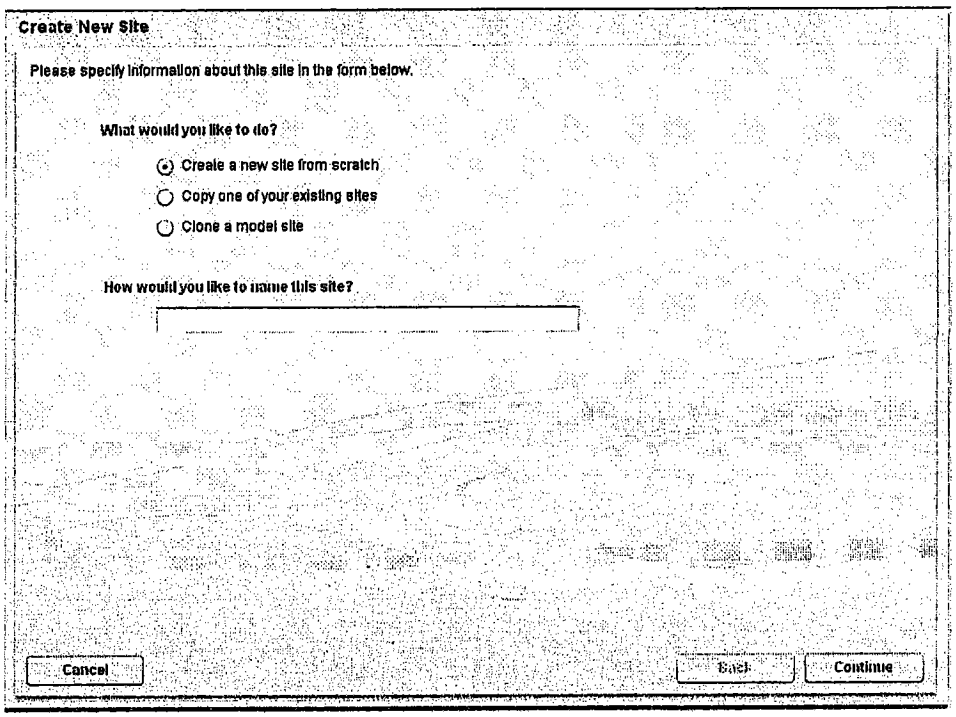

Create New Site
Please specify information about this site in the form below.
What would you like to do?
Create a new site from scratch
Copy one of your existing sites
Clone a model site
How would you like to name this site?
Cancel
Back
Continue

图 28B

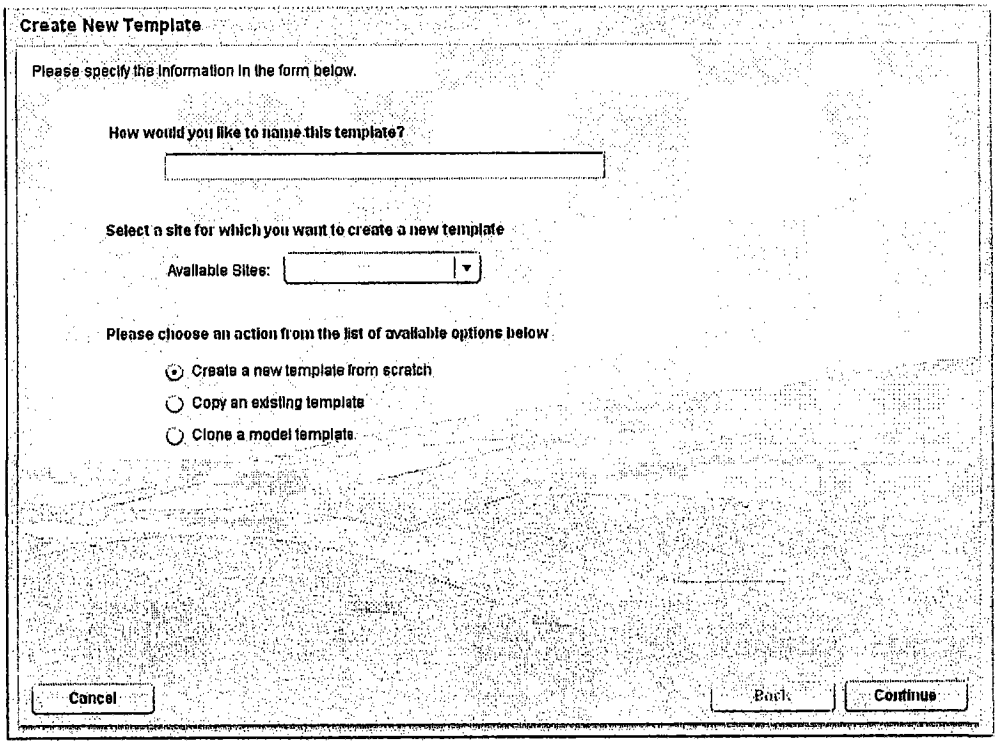

Create New Template
Please specify the information in the form below.
How would you like to name this template?
Select a site for which you want to create a new template
Available Sites:
Please choose an action from the list of available options below
Create a new template from scratch
Copy an existing template
Clone a model template
Cancel
Back
Continue

图 28C

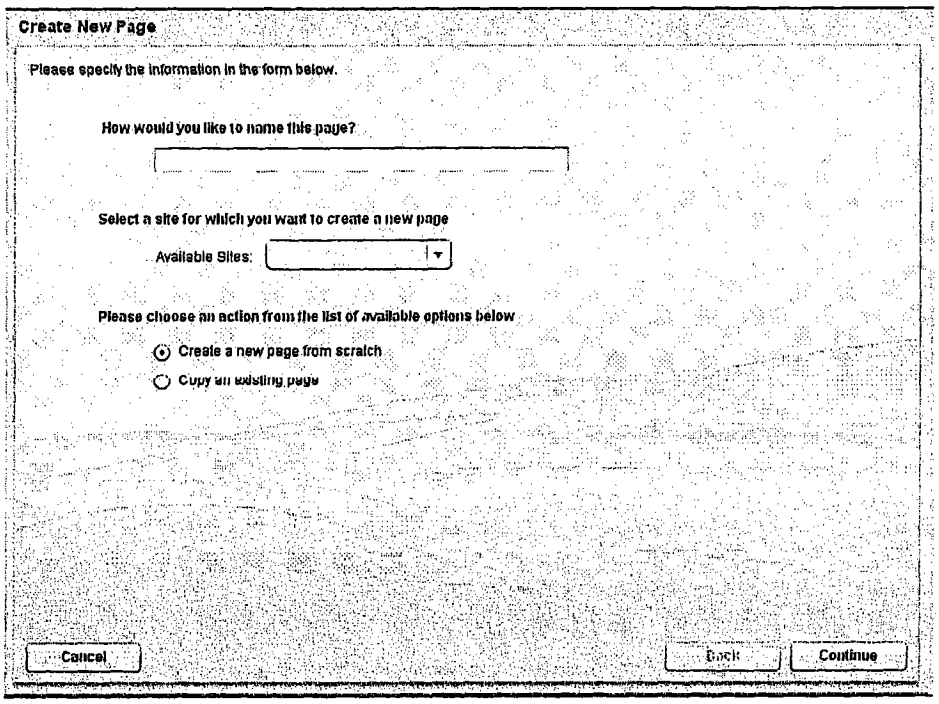

Create New Page
Please specify the information in the form below.
How would you like to name this page?
Select a site for which you want to create a new page
Available Sites:
Please choose an action from the list of available options below
Create a new page from scratch
Copy an existing page
Cancel
Back
Continue

图 28D

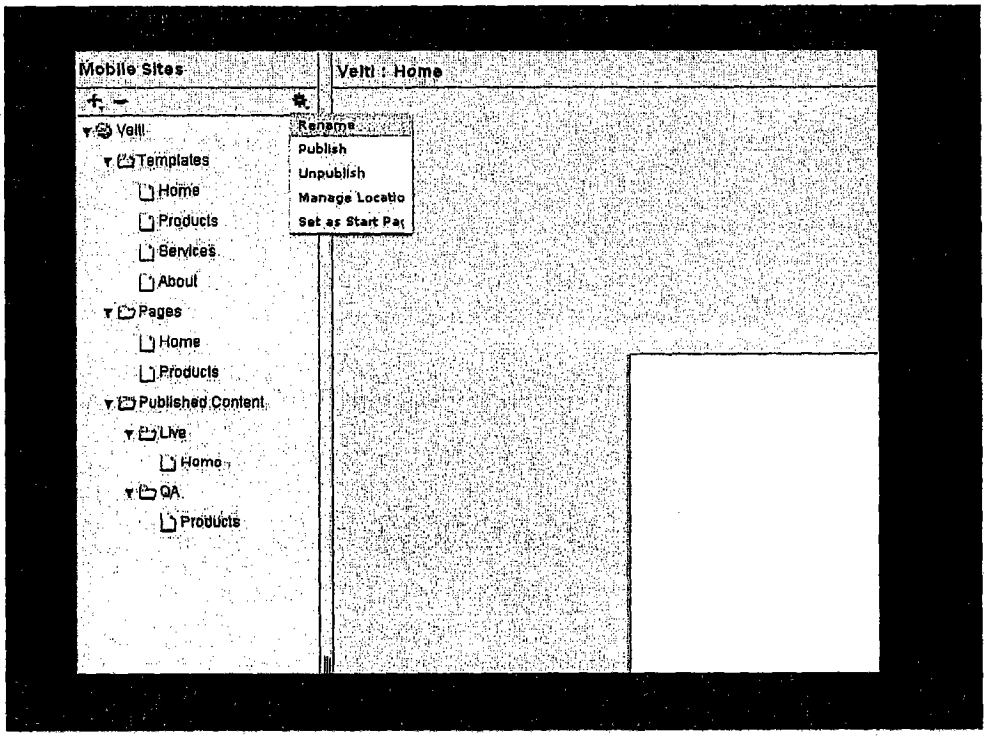

Mobile Sites
Velti : Home
Velti
Templates
Home
Products
Services
About
Pages
Home
Products
Published Content
Live
Home
QA
Products
Rename
Publish
Unpublish
Manage Locatio
Set as Start Pa

图 28E

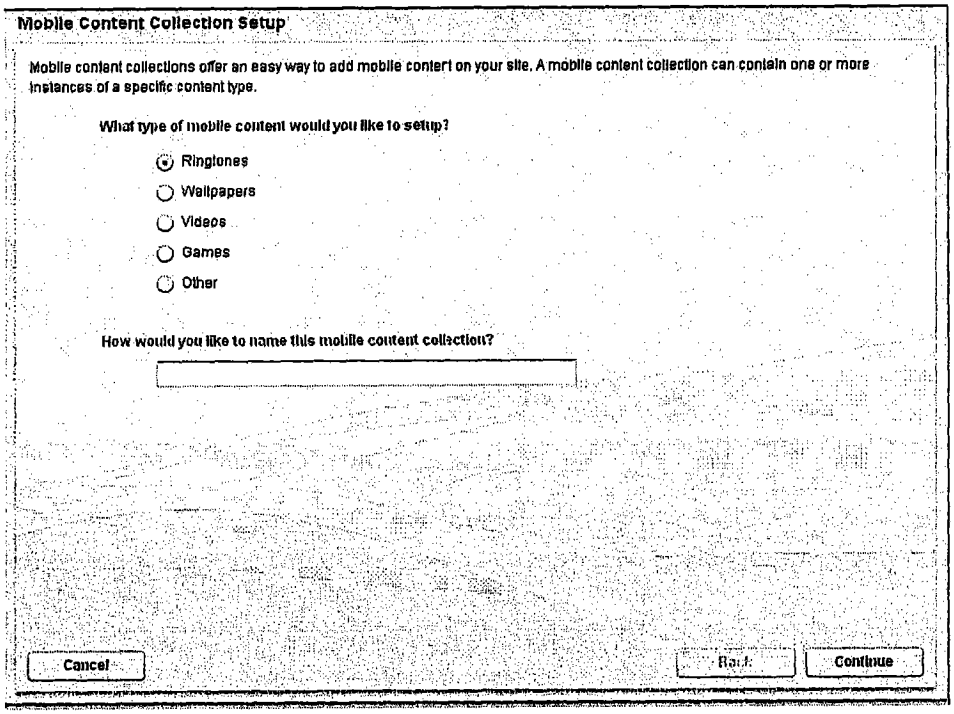

Mobile Content Collection Setup
Mobile content collections offer an easy way to add mobile content on your site. A mobile content collection can contain one or more instances of a specific content type.
What type of mobile content would you like to setup?
Ringtones
Wallpapers
Videos
Games
Other
How would you like to name this mobile content collection?
Cancel
Back
Continue

图 28F

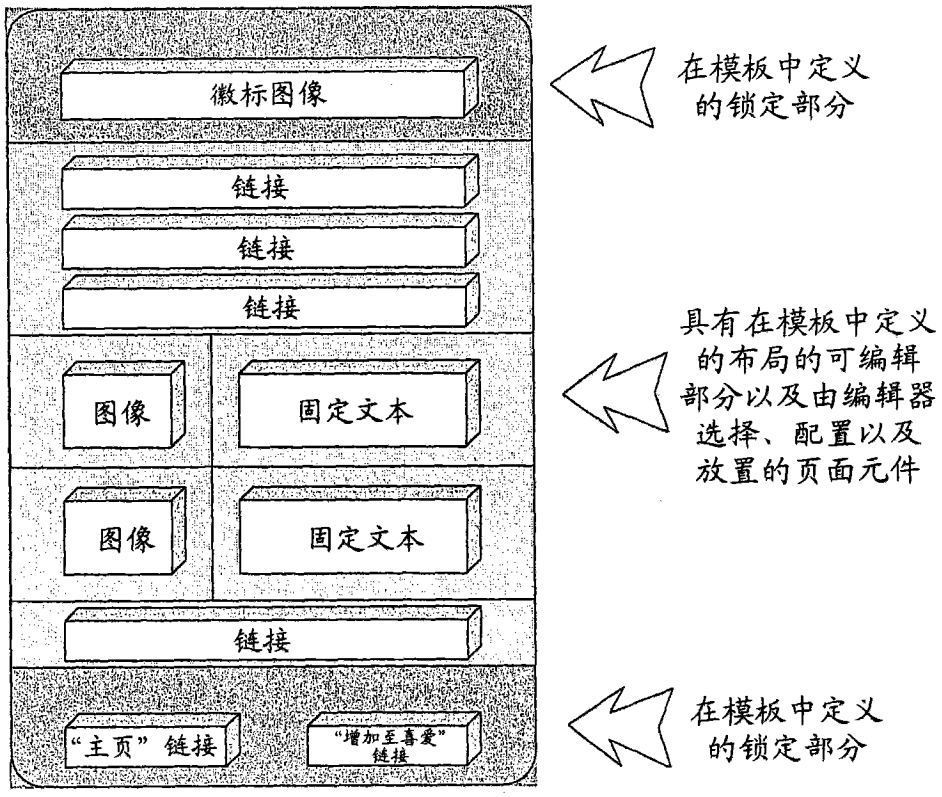

徽标图像
链接
链接
链接
图像
固定文本
图像
固定文本
链接
“主页”链接
“增加至喜爱”链接
在模板中定义的锁定部分
具有在模板中定义的布局的可编辑部分以及由编辑器选择、配置以及放置的页面元件
在模板中定义的锁定部分

图 28G

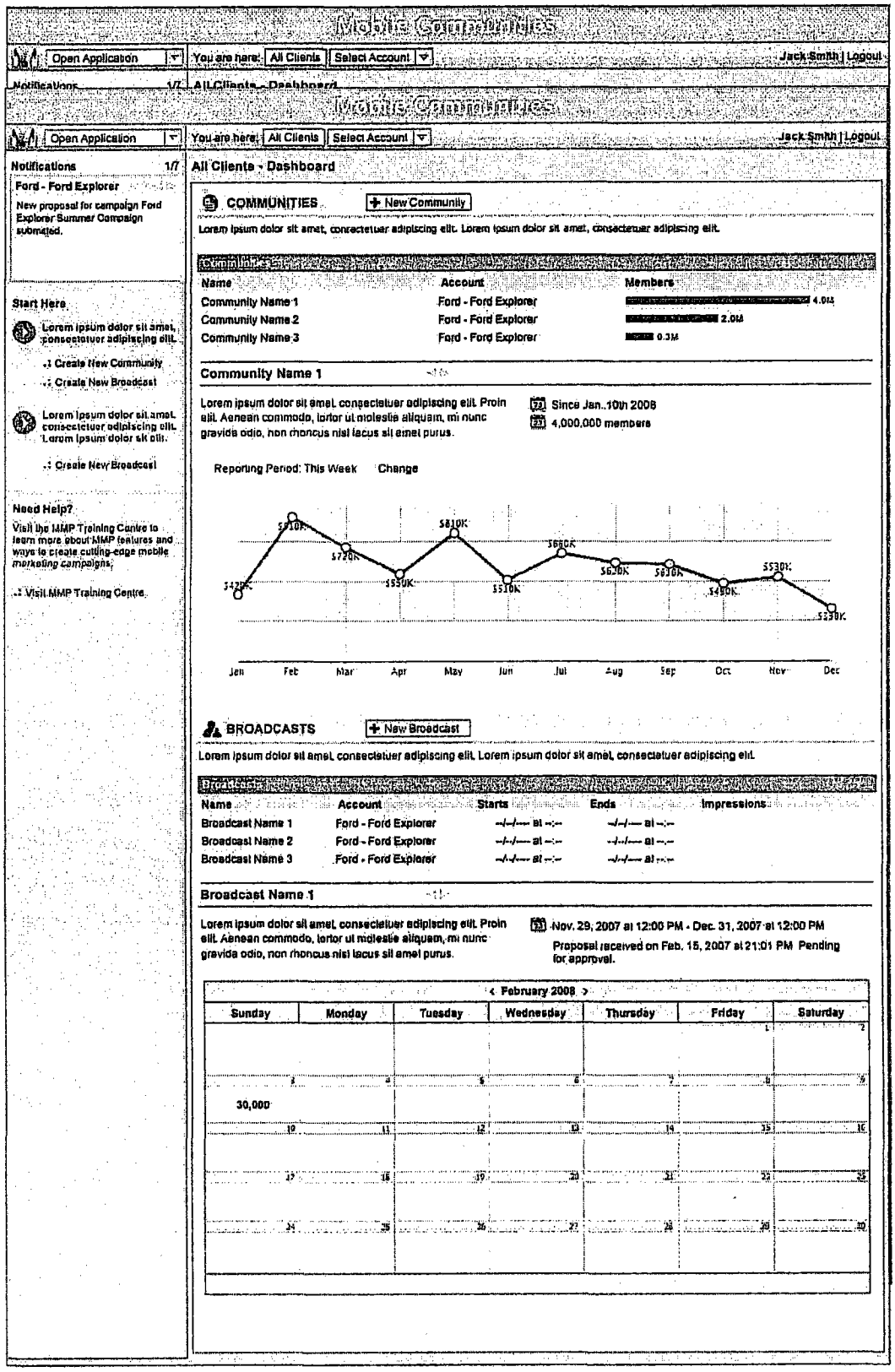

Mobile Communities
Open Application
You are here: All Clients Select Account
Jack Smith | Logout
Notifications 1/7
All Clients - Dashboard
Ford - Ford Explorer
New proposal for campaign Ford Explorer Summer Campaign submitted.
Start Here
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit.
Create New Community
Create New Broadcast
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Lorem ipsum dolor sit elit.
Create New Broadcast
Need Help?
Visit the MMP Training Centre to learn more about MMP features and ways to create cutting-edge mobile marketing campaigns.
Visit MMP Training Centre
All Clients - Dashboard
COMMUNITIES
+ New Community
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit.
Name
Account
Members
Community Name 1
Ford - Ford Explorer
4.0M
Community Name 2
Ford - Ford Explorer
2.0M
Community Name 3
Ford - Ford Explorer
0.3M
Community Name 1
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Proin elit. Aenean commodo, tortor ut molestie aliquam, mi nunc gravida odio, non rhoncus nisl lacus sit amet purus.
Since Jan. 10th 2008
4,000,000 members
Reporting Period: This Week
Change
$420K
$810K
$720K
$550K
$810K
$660K
$620K
$570K
$530K
$480K
$230K
Jan
Feb
Mar
Apr
May
Jun
Jul
Aug
Sep
Oct
Nov
Dec
BROADCASTS
+ New Broadcast
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit.
Name
Account
Starts
Ends
Impressions
Broadcast Name 1
Ford - Ford Explorer
Broadcast Name 2
Ford - Ford Explorer
Broadcast Name 3
Ford - Ford Explorer
Broadcast Name 1
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Proin elit. Aenean commodo, tortor ut molestie aliquam, mi nunc gravida odio, non rhoncus nisl lacus sit amet purus.
Nov. 29, 2007 at 12:00 PM - Dec. 31, 2007 at 12:00 PM
Proposal received on Feb. 15, 2007 at 21:01 PM Pending for approval.
February 2008
Sunday
Monday
Tuesday
Wednesday
Thursday
Friday
Saturday
30,000

图 29

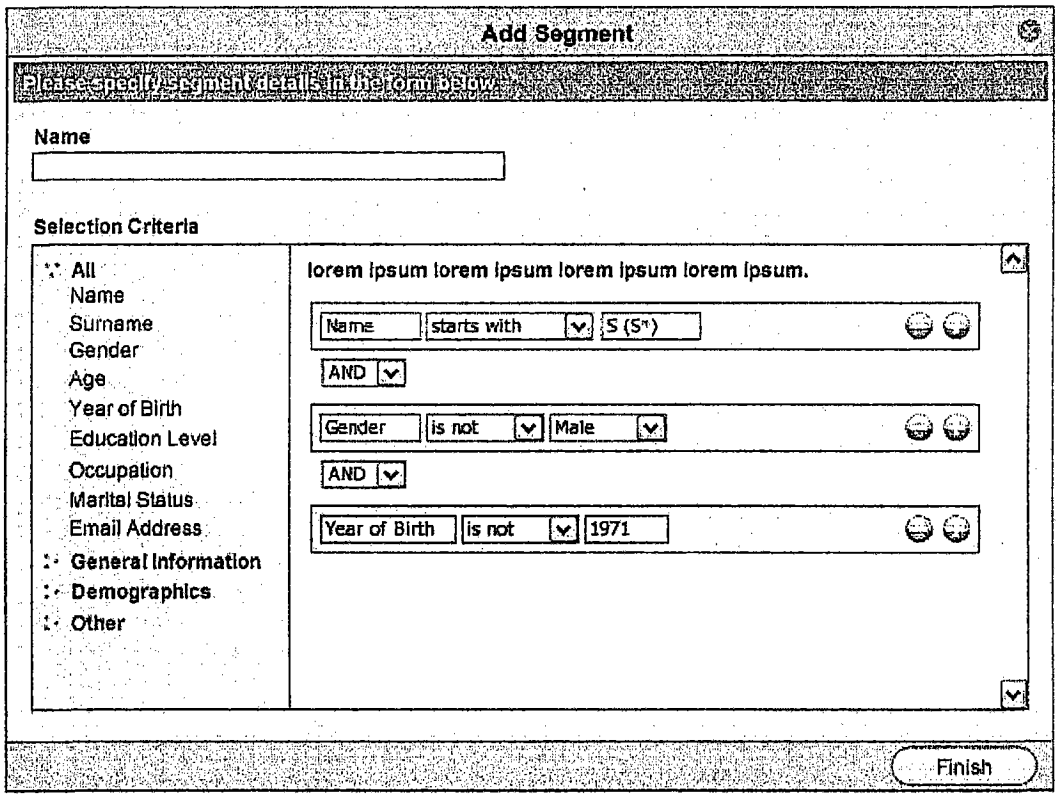

Add Segment
Please specify segment details in the form below.
Name
Selection Criteria
All
Name
Surname
Gender
Age
Year of Birth
Education Level
Occupation
Marital Status
Email Address
General Information
Demographics
Other
lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum lorem ipsum.
Name
starts with
S (S*)
AND
Gender
is not
Male
AND
Year of Birth
is not
1971
Finish

图 30

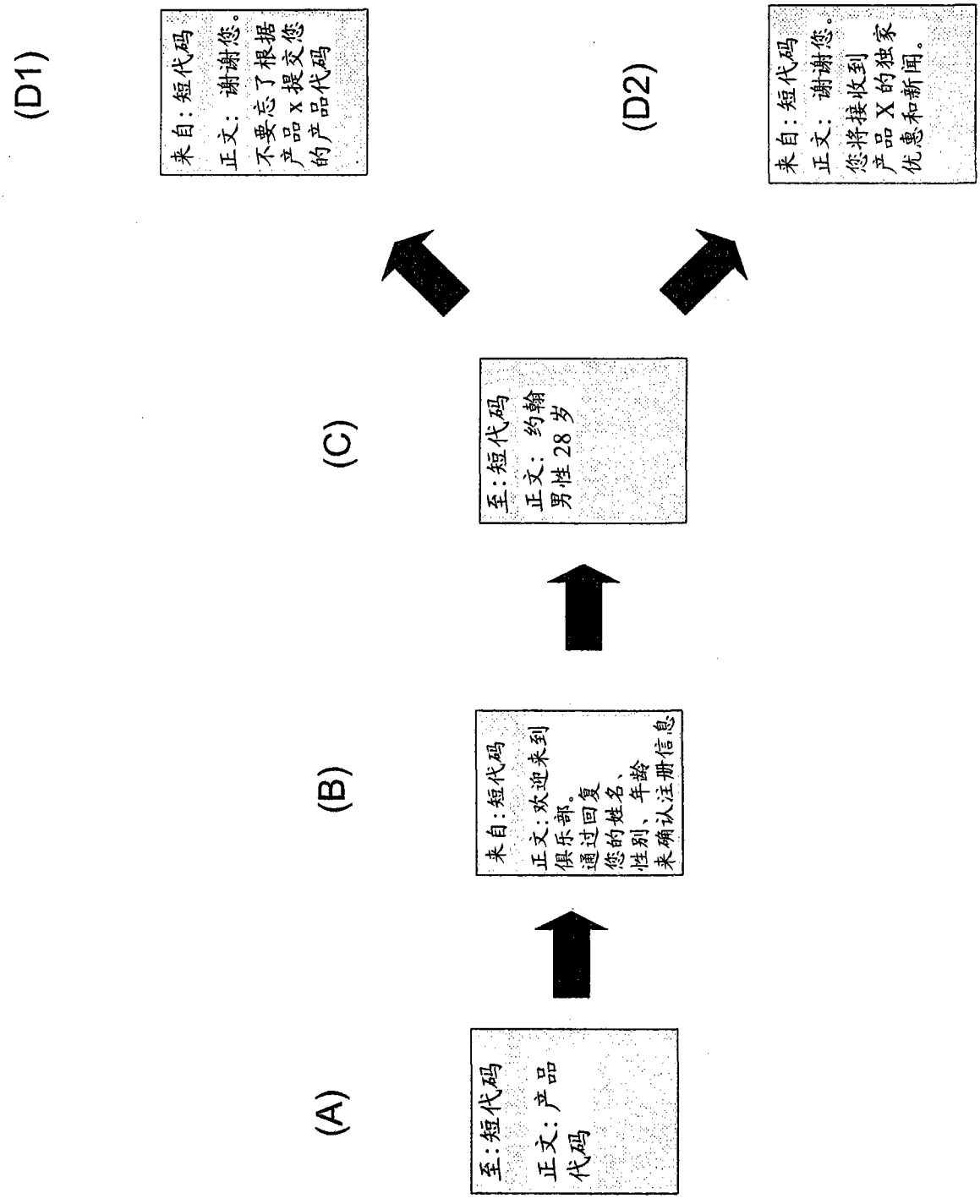

(A)
至:短代码
正文:产品代码
(B)
来自:短代码
正文:欢迎来到俱乐部。通过回复您的姓名、性别、年龄来确认注册信息
(C)
至:短代码
正文:约翰男性28岁
(D1)
来自:短代码
正文:谢谢您。不要忘了根据产品X提交您的产品代码
(D2)
来自:短代码
正文:谢谢您。您将接收到产品X的独家优惠和新闻。

图 31

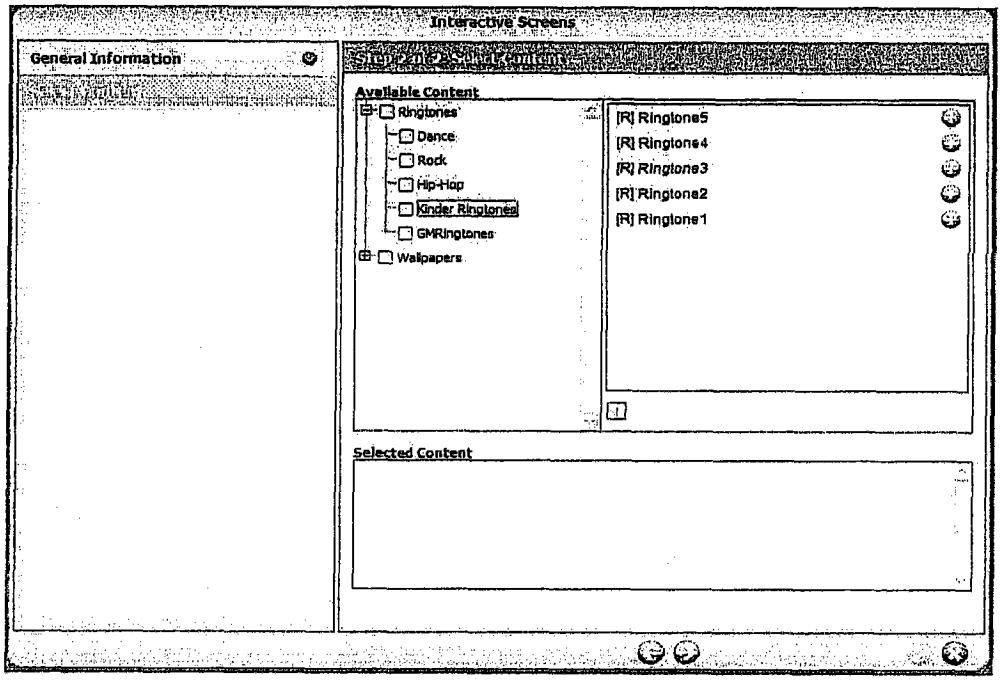

Interactive Screens
General Information
Available Content
Ringtones
Dance
Rock
Hip-Hop
Kinder Ringtones
GMRingtones
Wallpapers
[R] Ringtone5
[R] Ringtone4
[R] Ringtone3
[R] Ringtone2
[R] Ringtone1
Selected Content

图 32

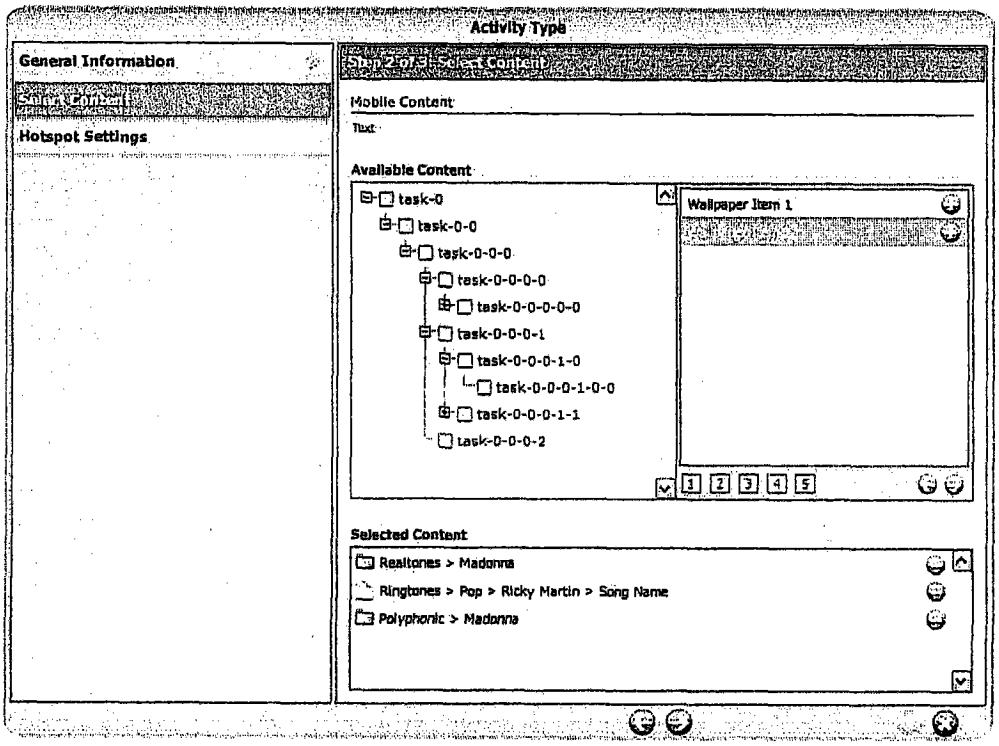

Activity Type
General Information
Hotspot Settings
Mobile Content
Text
Available Content
task-0
task-0-0
task-0-0-0
task-0-0-0-0
task-0-0-0-0-0
task-0-0-0-1
task-0-0-0-1-0
task-0-0-0-1-0-0
task-0-0-0-1-1
task-0-0-0-2
Wallpaper Item 1
1 2 3 4 5
Selected Content
Realtones > Madonna
Ringtones > Pop > Ricky Martin > Song Name
Polyphonic > Madonna

图 33