

12

DEMANDE DE BREVET D'INVENTION

A1

22 Date de dépôt : 13.01.00.

30 Priorité :

43 Date de mise à la disposition du public de la demande : 20.07.01 Bulletin 01/29.

56 Liste des documents cités dans le rapport de recherche préliminaire : *Ce dernier n'a pas été établi à la date de publication de la demande.*

60 Références à d'autres documents nationaux apparentés :

71 Demandeur(s) : WORLD INTERNATIONAL TRADING Société à responsabilité limitée — FR.

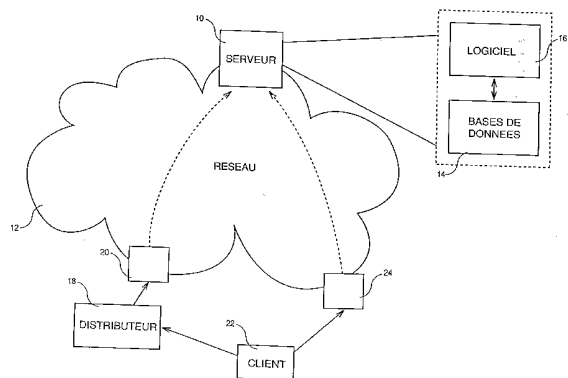
72 Inventeur(s) : LE PAGE FRANCOIS PIERRE et VERNET THIERRY.

73 Titulaire(s) :

74 Mandataire(s) : CABINET BONNEAU.

54 SYSTEME INFORMATISE DE GESTION DE LA COMMANDE D'OBJETS A PARTIR D'UN RESEAU DE TRANSMISSION DE DONNEES DU TYPE INTERNET.

57 Système de gestion de commande d'objets par un pluralité de clients au moyen d'un serveur (10) d'un réseau de transmission de données (12), notamment le réseau Internet, constitué d'un ensemble de base de données (14) et d'un logiciel de gestion (16) de l'ensemble de bases de données et dans lequel chaque client peut passer une commande d'un ou plusieurs objets en se connectant au serveur par l'intermédiaire du réseau. L'ensemble de bases de données comprend une base de données globale contenant le catalogue de tous les objets disponibles pour les clients, une base de données clients contenant pour chaque client un ou plusieurs paramètres prédéterminés correspondant à des conditions requises pour ce client, et une pluralité de bases de données d'objets contenant chacune une partie des objets se trouvant dans la base de données globale et étant associée à au moins un des paramètres prédéterminés de manière à ce qu'un client puisse passer commande d'un ou plusieurs objets se trouvant dans cette base de données.



La présente invention concerne la commande d'objets, et notamment d'objets publicitaires, provenant de différents distributeurs/fournisseurs par une pluralité de clients au moyen d'un réseau de transmission de données du type Internet et a trait en particulier à un système
5 informatisé de gestion de la commande d'objets à partir d'un tel réseau.

La vente de biens et de services se fait de plus en plus fréquemment par des distributeurs tels que des agences, des supermarchés ou des catalogues en ligne
10 accessibles à partir du réseau Internet. Ces distributeurs recherchent avant tout la récurrence de leurs commandes. Pour ce faire, ils se trouvent confrontés à un certain nombre d'inconvénients. Ainsi, ils doivent mener des
15 campagnes de publicité coûteuses afin d'attirer les clients. Ils doivent également mettre sur pied des programmes de fidélisation qui sont lourds en temps et nécessitent des opérations qui ne sont pas toujours systématiquement automatisées. Ces programmes de
20 fidélisation font appel à des cadeaux dont les gammes subissent en permanence des changements tels que la modification des caractéristiques des produits existants, la modification des références, l'abandon d'anciens produits ou la création de nouveaux produits. Un catalogue
25 papier a beaucoup de mal à suivre, l'information du client ne pouvant se faire que par l'envoi de mises à jour provisoires dans l'attente du nouveau catalogue. De plus ce manque de suivi en temps réel conduit à des erreurs dans les commandes, des pertes de temps et des manques à gagner
30 considérables aussi bien pour l'entreprise que pour ses clients.

Par conséquent, la création de catalogues électroniques et l'installation sur le réseau Internet par l'intermédiaire d'un centre serveur sous la forme d'une

galerie marchande a permis de résoudre partiellement les problèmes énoncés ci-dessus. Un catalogue électronique est une base de données comprenant les photos numériques des produits à acheter ou à gagner, un texte donnant leurs caractéristiques et les informations commerciales nécessaires (références, prix, disponibilité, délais de livraison). Ainsi, le brevet US 5.774.870 décrit un système dans lequel tout utilisateur peut accéder au programme de gestion et balayer un catalogue des produits à acheter. Il peut passer une commande électronique et après quoi, le programme contrôle automatiquement le crédit de l'utilisateur et lance l'ordre d'achat vers le fournisseur. Le programme calcule également les points de récompense acquis, met à jour le compte client et lui en communique le solde. Les utilisateurs peuvent balayer un catalogue de cadeaux et dépenser électroniquement une partie de leurs points cadeaux. Malheureusement, les utilisateurs qui peuvent être des clients d'un supermarché ne peuvent accéder par un tel système qu'aux produits distribués par le supermarché. Si ces mêmes utilisateurs sont également clients d'un autre supermarché, d'une chaîne pétrolière ou de tout autre distributeur ou d'un fournisseur spécifique, une opération similaire doit être effectuée à chaque fois avec les coûts et les pertes de temps que cela entraîne. En outre, il est clair que la gestion séparée des différentes bases de données contenant les catalogues des différents distributeurs et/ou fournisseurs est absurde dans la mesure où des produits se trouvant dans ces catalogues, et notamment les produits publicitaires, peuvent être communs à certains distributeurs ou fournisseurs.

C'est pourquoi le but de l'invention est de fournir un système informatisé de gestion de la commande d'objets à partir d'un réseau de transmission de données de type Internet dans lequel la gestion des catalogues

électroniques de plusieurs distributeurs et/ou fournisseurs est centralisée dans un seul centre serveur du réseau.

L'invention a donc pour objet un système de gestion de commande d'objets par un pluralité de clients au moyen d'un
5 serveur d'un réseau de transmission de données, notamment le réseau Internet, constitué d'un ensemble de base de données et d'un logiciel de gestion de l'ensemble de bases de données et dans lequel chaque client peut passer une commande d'un ou plusieurs objets en se connectant au
10 serveur par l'intermédiaire du réseau. L'ensemble de bases de données comprend une base de données globale contenant le catalogue de tous les objets disponibles pour la pluralité de clients ainsi que les informations associées à chaque objet nécessaires pour passer commande de l'objet,
15 une base de données clients contenant pour chaque client un ou plusieurs paramètres prédéterminés correspondant à des conditions requises pour le client, et une pluralité de bases de données d'objets, chacune de ces bases de données contenant une partie des objets se trouvant dans la base de
20 données globale et étant associée à au moins un des paramètres prédéterminés de manière à ce qu'un client puisse passer commande d'un ou plusieurs objets se trouvant dans la base de données lorsque le(s) paramètre(s) associé(s) à la base de données est/sont fourni(s) par la
25 base de données clients pour ce client.

Les buts, objets et caractéristiques de l'invention apparaîtront plus clairement à la lecture de la description qui suit faite en référence aux dessins dans lesquels :

- la figure 1 est une représentation schématique d'un
30 réseau de transmission de données du type Internet comportant un serveur mettant en œuvre le système de gestion de commande d'objets selon l'invention,
- la figure 2 est un bloc diagramme du serveur selon l'invention montrant les différentes bases de données

gérées par un logiciel de gestion selon les principes de l'invention,

- la figure 3 est une représentation schématique d'un réseau de transmission de données auquel ont accès les managers des entreprises associées aux différentes bases de données d'objets selon l'invention et,
- la figure 4 est un organigramme représentant la suite des étapes susceptibles d'être suivies par un client ayant accédé au serveur faisant l'objet de la figure 2.

10 De façon générale, le système de gestion selon l'invention s'articule principalement autour d'un serveur du réseau Internet 12 ou d'un réseau privé équivalent du type VPN illustré sur la figure 1. Le serveur 10 est constitué principalement de bases de données 14 et d'un
15 logiciel 16 de gestion des commandes transitant par le serveur 10. Le serveur 10 est utilisé pour la distribution de produits par un distributeur 18 tel qu'un supermarché, une chaîne pétrolière ou un laboratoire pharmaceutique. Le distributeur 18 accède au réseau Internet 12 et donc au
20 serveur 10 au moyen d'un nœud d'entrée 20.

Lorsqu'un client a effectué ses achats et fait enregistrer ceux-ci à la caisse enregistreuse, le système selon l'invention permet la prise en compte du montant de ses achats de manière à obtenir des points cadeaux destinés
25 à acheter des objets parmi un catalogue d'objets. Pour ce faire, le client passe sa carte de membre dans un lecteur de carte relié à la caisse enregistreuse. Les informations comprenant le montant des achats effectués et l'identité du client sont transmises par le nœud d'entrée 20 au serveur
30 10 à travers le réseau 12. Les bases de données sont alors mises à jour de façon à créditer le compte du client en points cadeaux.

Le client peut à tout moment accéder à sa base de données pour passer une commande d'un ou plusieurs objets

en échange de ses points cadeaux en se connectant au réseau 12 par l'intermédiaire d'un nœud d'entrée 24.

Le serveur 10 illustré sur la figure 2 comprend, outre le logiciel de gestion 16, une pluralité de bases de données. Une première base de données clients 26 contient 5 les informations associées à chaque client. Lorsqu'un client accède au serveur 10, il s'identifie par un numéro d'identification comme faisant partie des clients d'un distributeur ou d'un fournisseur d'objets. La base de 10 données 26 vérifie la validité de l'information et affiche le cumul des crédits du client en se basant sur un barème préalablement défini par le distributeur ou le fournisseur.

La base de données contenant le catalogue associé au distributeur ou fournisseur dont le client veut se procurer 15 un ou plusieurs objets, fait partie d'un ensemble 28 de n bases de données 28-1, 28-2, ... 28-n. Les objets d'une de ces bases de données associée à un distributeur ou fournisseur forment un sous-ensemble d'un ensemble plus large d'objets contenus dans une base de données globale 20 30.

Cette dernière contient le catalogue de tous les objets qu'un distributeur ou un fournisseur peut inclure dans sa base de données correspondante 28-i. Elle est modifiée ou mise à jour en fonction des besoins des 25 distributeurs ou fournisseurs par l'administrateur du serveur 10.

A noter que le client considéré ici peut être client de plusieurs distributeurs ou fournisseurs. Dans ce cas, une première solution consiste à lui affecter un numéro 30 d'identification par base de données, ce qui l'oblige à entrer un nouveau numéro ou code d'identification lorsqu'il désire changer de base de données. Mais la solution préférée consiste à lui affecter un seul code d'identification lui permettant d'accéder à l'ensemble des

bases de données 28, l'accès à chacune des bases dont il est client se faisant par une requête au serveur désignant la base souhaitée après qu'il a eu accès à l'ensemble des bases par l'envoi de son code d'identification.

5 On doit noter que l'accès à chacune des bases de données 28-1, 28-2, ... 28-n est associé à un ou plusieurs paramètres correspondant à des conditions requises pour le client. Ainsi, il peut s'agir de fournisseurs d'objets (publicitaires ou non) qu'une entreprise met à la
10 disposition de ses salariés par l'intermédiaire du comité d'entreprise, auquel cas la condition requise est l'appartenance au personnel du fournisseur et un paramètre donnant l'accès à un tel client est entré dans la base de données clients 26.

15 La base de données peut également être associée à un distributeur tel qu'un supermarché qui distribue des points cadeaux à ses clients dans le cadre d'une campagne de fidélité. Dans ce cas la base de données correspond aux objets que peut se procurer le client en échange de points
20 cadeaux. L'entrée dans la base de données se présente alors sous forme d'une « galerie marchande » où le client peut choisir un ou plusieurs objets qui sont par exemple des objets de marque faisant partie de la base globale 30 et que l'entreprise titulaire de la marque offre à des prix
25 intéressants. A noter que cette première base de données peut être associée à une deuxième base de données se présentant sous forme d'une « boutique » et à laquelle un client du distributeur peut accéder lorsqu'il n'a pas suffisamment de points cadeaux pour se procurer un ou
30 plusieurs objets dans la galerie marchande ou qu'il à épuisé ses points cadeaux.

La modification ou la mise à jour des différentes bases de données se fait directement par l'accès au serveur comme illustré sur la figure 3. Chaque manager responsable

chez le distributeur ou le fournisseur 32, 34, 36 ou 38 accède au serveur 10 en entrant son mot de passe. Ce mot de passe permet un accès à la base de données 30 grâce au logiciel de gestion 16. Il peut alors passer commande des objets qu'il désire mettre dans son catalogue. L'administrateur du serveur commande alors la mise à jour de la base de données 28 associée au fournisseur. A noter que la demande du fournisseur pourrait aussi concerner la suppression d'un ou plusieurs objets de la base de données associée.

Dans le cadre des hypothèses mentionnées ci-dessus, le choix des objets et la commande d'un ou plusieurs objets par un client se déroule de la manière illustrée par l'organigramme de la figure 3.

Le client commence par accéder au serveur 10 (étape 40) en utilisant de préférence un mot de passe. Il fournit son code d'identification au serveur (étape 42). A ce niveau, on détermine si la base de données à laquelle le client veut accéder est associée à un distributeur dans le cadre d'une campagne de fidélisation, ou à un fournisseur proposant des objets (par exemple des objets publicitaires) à ses salariés ou à des personnes membres d'une liste répondant à des conditions requises par un ou plusieurs paramètres (étape 44). S'il s'agit d'un fournisseur, le client a accès à la base de données du fournisseur dans laquelle il choisit les objets désirés (étape 46) et passe ensuite sa commande (étape 48).

S'il s'agit du client d'un distributeur désirant acquérir un ou plusieurs objets à l'aide de points cadeaux, la question se pose de savoir si le client dispose de suffisamment de points cadeaux (étape 50). En effet, lorsque le client acquiert des points cadeaux lorsqu'il effectue des achats chez le distributeur (par exemple un supermarché), ceux-ci sont affectés spécifiquement à un ou

plusieurs cadeaux déterminés. Par conséquent le client sait s'il possède ou non les points cadeaux nécessaires à un choix donné.

Dans le cas où le client dispose des points cadeaux
5 nécessaires pour acquérir le ou les objets désirés, il accède à une base de données dite « galerie marchande » (étape 52) dans laquelle le prix d'achat des objets est évalué en points cadeaux. Le logiciel de gestion détermine alors si les objets sont disponibles (étape 54). Si c'est
10 le cas, le client procède au choix des objets (étape 56) et passe ensuite commande (étape 48). Si les objets désirés ne sont pas disponibles, le client a alors accès à une deuxième base de données dite « boutique » (étape 58) où le client peut trouver des objets identiques à ceux distribués
15 en échange des points cadeaux et des objets différents, les objets identiques ayant alors un prix d'achat exprimés en points cadeaux et en monnaie. Il peut alors passer commande (étape 48).

Dans le cas où le nombre de points cadeaux possédés
20 par le client n'est pas suffisant pour acquérir les objets désirés ou que le client ne possède aucun point cadeau, il peut choisir d'accéder à la boutique (étape 62). S'il ne fait pas ce choix, il sort du système (étape 64). S'il accède à la boutique, on retrouve les mêmes étapes que
25 précédemment, c'est à dire choix des objets dans la boutique (étape 60) et ensuite commande desdits objets (étape 48).

Lorsque le client a passé commande, le logiciel de gestion prend en compte la commande et la communique
30 directement à l'administrateur du centre serveur qui livre directement les objets commandés au client. Le logiciel de gestion procède également à la mise à jour des stocks disponibles de façon à permettre à l'administrateur de maintenir toujours disponibles les objets des catalogues

constitués par les différentes bases de données. Il procède aussi au décompte des points cadeaux ou au débit du compte du client.

REVENDICATIONS

1. Système de gestion de commande d'objets par une pluralité de clients au moyen d'un serveur (10) d'un réseau de transmission de données (12), notamment le réseau Internet, constitué d'un ensemble de base de données (14) et d'un logiciel de gestion (16) dudit ensemble de bases de données et dans lequel chaque client peut passer une commande d'un ou plusieurs desdits objets en se connectant audit serveur par l'intermédiaire dudit réseau ;

10 ledit système étant caractérisé en ce que ledit ensemble de bases de données comprend :

 - une base de données globale (30) contenant le catalogue de tous les objets disponibles pour ladite pluralité de clients ainsi que les informations associées à chaque objet nécessaires pour passer commande dudit objet,

 - une base de données clients (26) contenant pour chaque client un ou plusieurs paramètres prédéterminés correspondant à des conditions requises pour ledit client, et

 - une pluralité de bases de données d'objets (28), chacune desdites bases contenant une partie des objets se trouvant dans ladite base globale et étant associée à au moins un desdits paramètres prédéterminés de manière à ce qu'un client puisse passer commande d'un ou plusieurs objets se trouvant dans ladite base de données lorsque le(s) paramètre(s) associé(s) à ladite base de données est/sont fourni(s) par ladite base de données clients pour ledit client.

30

2. Système selon la revendication 1, dans lequel au moins une desdites bases de données (28-1 à 28-n) est associée à un distributeur tel qu'un supermarché et comprend un

catalogue (galerie marchande) des objets pouvant être fournis à un client dudit distributeur en échange de points cadeaux transmis par ledit client connecté audit serveur (10) par l'intermédiaire dudit réseau (12),
5 lesdits points cadeaux qui sont btenus par ledit client lorsqu'il effectue des achats chez le distributeur étant spécifiquement affectés à des objets déterminés dudit catalogue.

10 3. Système selon la revendication 2, dans lequel une base de données (28-1 à 28-n) est associée audit distributeur et comprend un catalogue (boutique) des objets pouvant être fournis à un client dudit distributeur lorsque ce
15 dernier ne possède pas les points cadeaux suffisants pour acquérir le ou les objets correspondants, ledit catalogue contenant des objets identiques à ceux distribués en échange des points cadeaux et des objets différents, les objets identiques ayant alors un prix d'achat exprimés en points cadeaux et en monnaie.

20

4. Système selon la revendication 1 ou 2, dans lequel au moins une desdites bases de données (28-1 à 28-n) contient un catalogue des objets pouvant être fournis à des personnes répondant à une condition requise, l'accès
25 à ladite base de données correspondant à un paramètre associé à ladite condition requise et entré dans ladite base de données clients (26).

5. Procédé de commande d'objets par un client habilité d'un
30 distributeur de points cadeaux tel qu'un supermarché, ledit client ayant accès à un centre serveur (10) d'un réseau de transmission de données (12) notamment le réseau Internet, comprenant les étapes suivantes :

accès audit centre serveur par ledit client en se connectant audit réseau de transmission de données,

identification par ledit centre serveur dudit client habilité par consultation d'une base de données client
5 (26),

détermination par ledit centre serveur de la suffisance des points cadeaux dudit client dans ladite base données client dans le but d'acquérir un ou plusieurs objets prédéterminés,

10 accès par ledit client à une première base de données dite galerie marchande (28) si lesdits points cadeaux sont suffisants,

détermination dans ladite base de données d'objets de la disponibilité du ou desdits objets prédéterminés, et

15 choix et commande par ledit client du ou desdits objets s'ils sont disponibles.

6. Procédé selon la revendication 5, dans lequel ledit client a accès à une seconde base de données d'objets
20 dite boutique (28) lorsqu'il ne possède pas les points cadeaux suffisants pour acquérir le ou les objets désirés dans ladite première base de données d'objets ou lorsque le ou lesdits objets désirés ne sont pas disponibles dans ladite première base de données
25 d'objets, avant de choisir un ou plusieurs objets dans ladite seconde base de données d'objets et de passer commande de ceux-ci.

7. Système pour mettre en œuvre le procédé de commande
30 d'objets selon la revendication 5 ou 6.

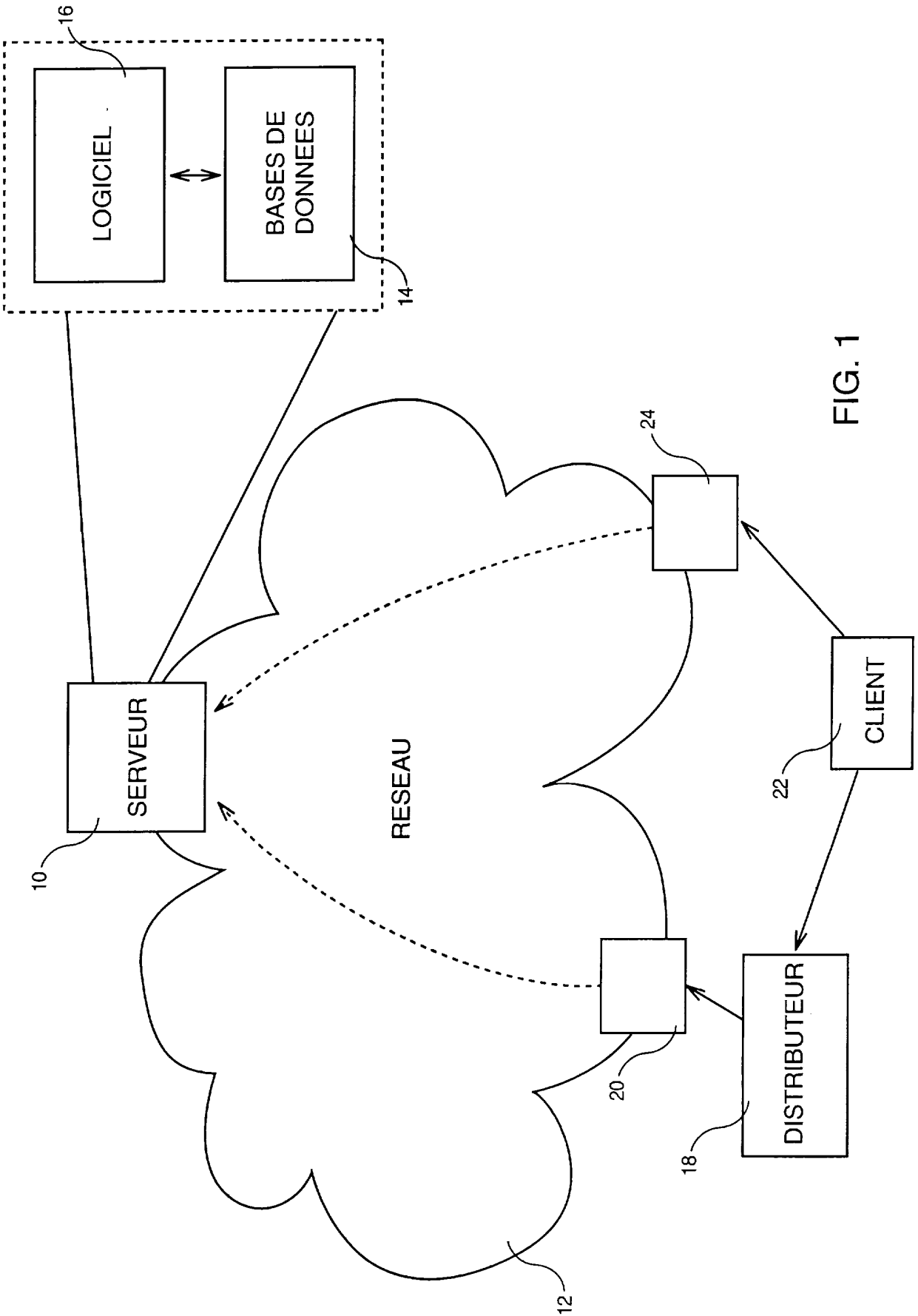


FIG. 1

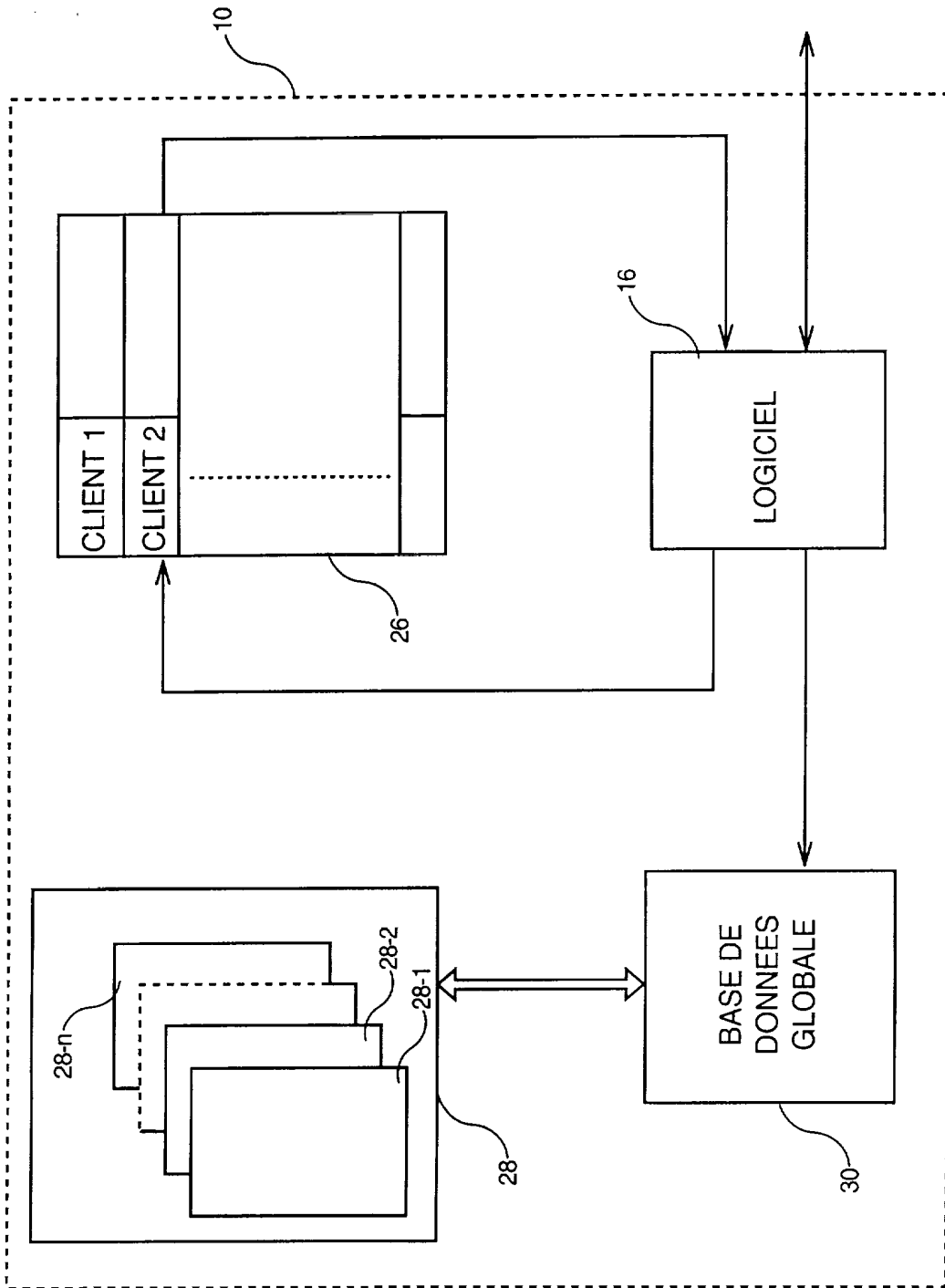


FIG. 2

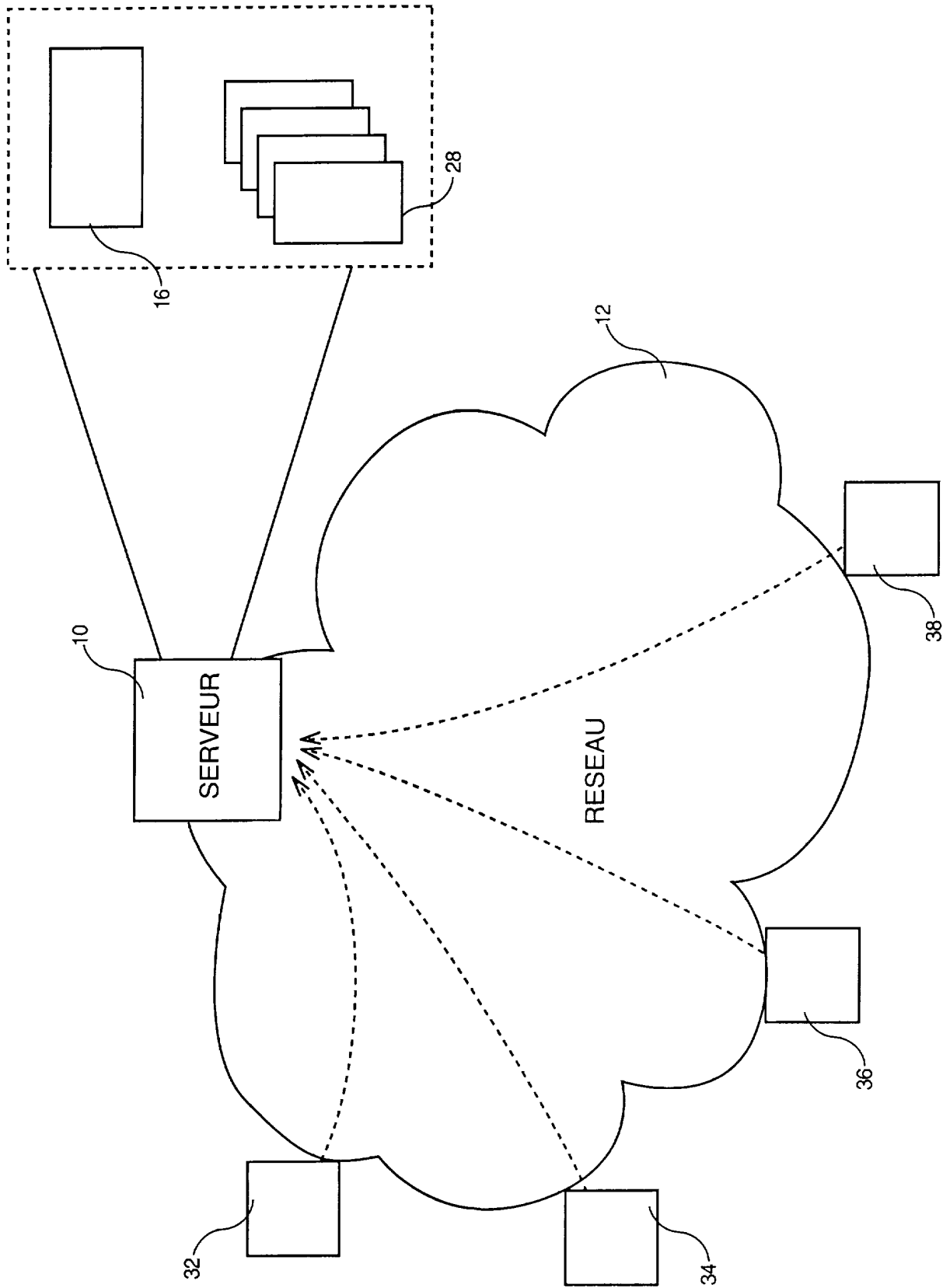


FIG. 3

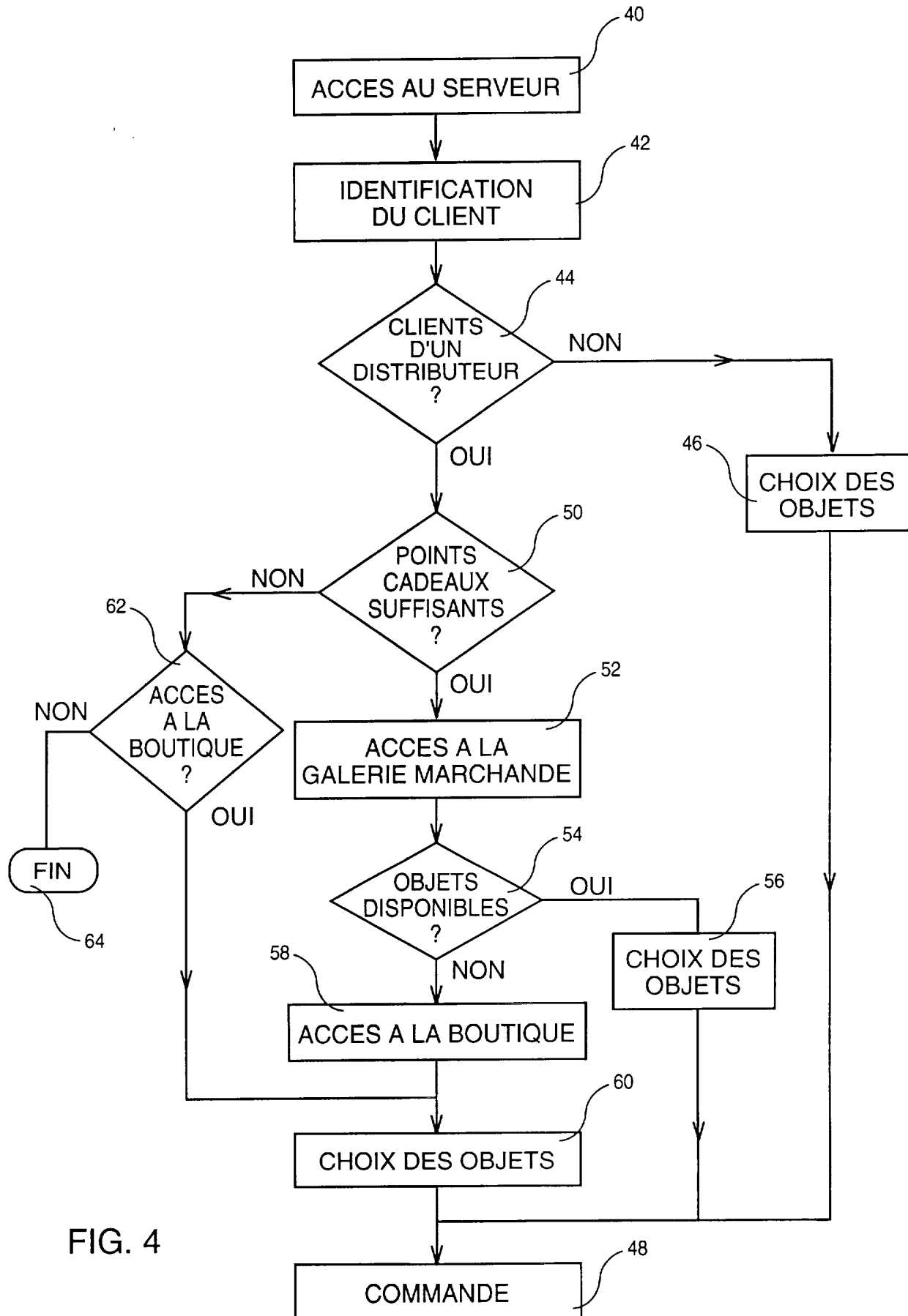


FIG. 4