SUOMI – FINLAND
(FI)

PATENTTI- JA REKISTERIHALLITUS
PATENT- OCH REGISTERSTYRELSEN

[A] TIIVISTELMÄ - SAMMANDRAG

(11) (21) Patenttihakemus - Patentansökan 20041323

(51) Kv.lk. - Int.kl.

G06Q 90/00 (2006.01)

(22) Hakemispäivä - Ansökningsdag 12.10.2004

(24) Alkupäivä - Löpdag 12.10.2004

(41) Tullut julkiseksi - Blivit offentlig 13.04.2006

(71) Hakija - Sökande

1 •Xtract Oy, Hitsaajankatu 22, 00810 Helsinki, SUOMI - FINLAND, (FI)

(72) Keksijä - Uppfinnare

1 •Kiviluoto,Kimmo, Leppäniementie 16, 00180 Helsinki, SUOMI - FINLAND, (FI)
2 •Saramäki,Jari, Kourakuja 8 B 3, 02320 Espoo, SUOMI - FINLAND, (FI)

(74) Asiamies - Ombud: Borenius & Co Oy Ab
Tallberginkatu 2 A, 00180 Helsinki

(54) Keksinnön nimitys - Uppfinningens benämning

Analysoija, järjestelmä ja menetelmä toivotun käyttäjäjoukon määrittämiseksi
En analysator, ett system och en metod för att definiera en önskad grupp av användare

(57) Tiivistelmä - Sammandrag

Esillä oleva keksintö koskee analysaattoria, järjestelmää, menetelmää ja tietokoneella luettavaa mediaa suosituimman käyttäjäryhmän määrittelemiseksi, joissa ryhmä määritellään seuraavalla tavalla. Analysaattori vastaanottaa dataa dataverkon solmulta, joka voi olla esim. tietokanta (lukuisia tietokantoja). Datan vastaanoton jälkeen määritetään käyttäjien sosiaalinen verkko ja käyttäjäkohtainen parametrijoukko. Parametrijoukko voi käsittää esim. uudistajapistemäärän, toistokäyttäjäpistemäärän jasosiaalisen vaikutusvallan pistemäärän. Edellä olevan määrittämisen jälkeen määritetään suosituin käyttäjäryhmä sosiaalisen verkon ja parametrijoukon perusteella. Suosituinta käyttäjäjoukkoa koskevaa informaatiota (tai osoitusta) voidaan hyödyntää erinäisissä markkinointiaktiviteeteissa (esim. tuotelanseerauksessa tai asiakasvaihtuvuuden hallinnassa).

Den föreliggande uppfinningen avser en analysator, ett system, ett förfarande och ett maskinläsbart medium för att definiera en preferensanvändargrupp, där gruppen definieras på följande sätt. Analysatorn mottar data från en nod i ett datanät, vilken nod kan utgöras av t.ex. en databas (eller flera). Efter mottagandet av datat bestämmer man användarnas sociala nätverk och en uppsättning parametrar för varje användare. Uppsättningen parametrar kan omfatta t.ex. innovatorpoäng, repetitivanvändarpoäng och poäng för socialt inflytande. Efter den ovan nämnda bestämningen bestämmer man preferensanvändargruppen på basis av det sociala nätverket och uppsättningen parametrar. Informationen om (eller indikationen på) preferensanvändargruppen kan utnyttjas i diverse marknadsföringsaktiviteter (t.ex. produktlansering eller kundvolatilitetshantering).

