

(12) 특허협력조약에 의하여 공개된 국제출원

(19) 세계지식재산권기구
국제사무국

(43) 국제공개일
2012년 7월 26일 (26.07.2012)



(10) 국제공개번호
WO 2012/099302 A1

- (51) 국제특허분류:
G06Q 30/00 (2006.01) G06Q 50/00 (2006.01)
- (21) 국제출원번호: PCT/KR2011/004270
- (22) 국제출원일: 2011년 6월 10일 (10.06.2011)
- (25) 출원언어: 한국어
- (26) 공개언어: 한국어
- (30) 우선권정보:
10-2011-0005410 2011년 1월 19일 (19.01.2011) KR
- (72) 발명자: 겸
- (71) 출원인: 문홍집 (MOON, Hong Jib) [KR/KR]; 서울특별시 강서구 화곡 6동 우장산롯데캐슬아파트 202동 1001호, 157-734 Seoul (KR). 문경록 (MOON, Kyung Rok) [KR/KR]; 서울특별시 강서구 화곡 6동 우장산롯데캐슬아파트 202동 1001호, 157-734 Seoul (KR). 문호준 (MOON, Ho Jun) [KR/KR]; 서울특별시 강서구 화곡 6동 우장산롯데캐슬아파트 202동 1001호, 157-734 Seoul (KR).
- (74) 대리인: 김일환 (KIM, Il-Hwan); 서울특별시 관악구 인현동 1659-2 청동빌딩 301호, 151-832 Seoul (KR).

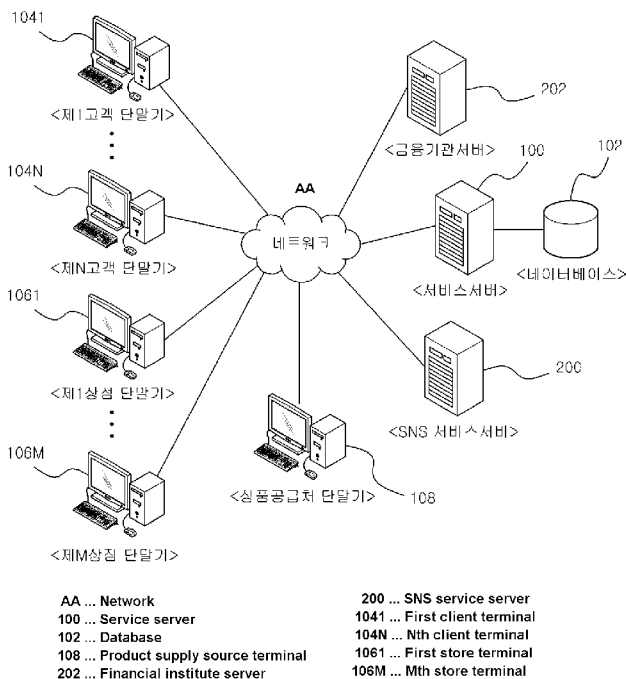
- (81) 지정국 (별도의 표시가 없는 한, 가능한 모든 종류의 국내 권리의 보호를 위하여): AE, AG, AL, AM, AO, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BH, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CL, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DO, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, GT, HN, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KM, KN, KP, KZ, LA, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LY, MA, MD, ME, MG, MK, MN, MW, MX, MY, MZ, NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PE, PG, PH, PL, PT, RO, RS, RU, SC, SD, SE, SG, SK, SL, SM, ST, SV, SY, TH, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, ZA, ZM, ZW.
- (84) 지정국 (별도의 표시가 없는 한, 가능한 모든 종류의 역내 권리의 보호를 위하여): ARIPO (BW, GH, GM, KE, LR, LS, MW, MZ, NA, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), 유라시아 (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), 유럽 (AL, AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IS, IT, LT, LU, LV, MC, MK, MT, NL, NO, PL, PT, RO, RS, SE, SI, SK, SM, TR), OAPI (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

공개:
— 국제조사보고서와 함께 (조약 제 21 조(3))

(54) Title: METHOD FOR PROVIDING VIRTUAL TOWN SERVICE

(54) 발명의 명칭: 가상 동네 서비스 제공 방법

[Fig. 1]



(57) Abstract: A method for providing a virtual town service of a service server connected to a plurality of personal terminals and a plurality of store terminals through a network according to the present invention includes the steps of: enabling the service server to assign a first virtual town account according to a request of a first person through a first personal terminal which is any one of the personal terminals, and to register the personal identification information, personal neighbor information, and store neighbor information received through the first personal terminal, in the first virtual town account; enabling the service server to assign a store account according to a request through any one of the store terminals, and to register the store information and personal neighbor information received through the store terminal, in the store account; and enabling the service server to provide the store neighbor information registered in the first virtual town account for a second person terminal when the second person is set as a personal neighbor in the personal neighbor information of the first virtual town account and the second person receives a second virtual town account, logs into the second virtual town account through the second personal terminal, and requests the sharing of the store information for the first virtual town account.

(57) 요약서:

[다음 쪽 계속]



본 발명에 따르는 네트워크를 통해 복수의 개인 단말기 및 복수의 상점 단말기와 연결되는 서비스 서버의 가상 동네 서비스 제공 방법은, 상기 서비스 서버가, 상기 개인 단말기들 중 어느 하나인 제 1 개인 단말기를 통한 제 1 개인의 요청에 따라 제 1 가상 동네 계정을 부여하고, 그 제 1 가상 동네 계정에 개인 식별정보 및 개인 이웃 정보 및 상점 이웃 정보를 상기 제 1 개인 단말기를 통해 입력받아 등록하는 단계; 상기 서비스 서버가, 상기 상점 단말기들 중 어느 하나를 통한 요청에 따라 상점 계정을 부여하고, 그 상점 계정에 상점 정보 및 개인 이웃 정보를 상기 상점 단말기를 통해 입력받아 등록하는 단계; 상기 서비스 서버가, 상기 제 1 가상 동네 계정의 개인 이웃 정보에 개인 이웃으로 설정되었으며 제 2 가상 동네 계정을 부여받은 제 2 개인이 제 2 개인 단말기로 제 2 가상 동네 계정으로 로그인하여 상기 제 1 가상 동네 계정의 상점 정보 공유를 요청하면, 상기 제 1 가상 동네 계정에 등록된 상점 이웃 정보를 상기 제 2 개인 단말기로 제공하는 단계;를 포함하는 것을 특징으로 한다.

명세서

발명의 명칭: 가상 동네 서비스 제공 방법

기술분야

- [1] 본 발명은 가상 세계 제공 방법에 관한 것으로, 더욱 상세하게는 개인과 상점 사이를 실시간으로 연결하는 SNS(Social network service)를 제공하는 가상 동네 서비스 제공 방법에 관한 것이다.

배경기술

- [2] 상점은 상인이 영업 활동을 수행하기 위해 설치한 점포로서, 오프라인 및 온라인 상에 형성될 수 있다.
- [3] 일반적으로 영세규모의 오프라인 상점의 경우에도 저마다의 특징점을 가지고 있다. 그러나, 상기한 영세규모의 상점에서는 입소문 또는 신문 광고지 등에 의존하는 매우 수동적인 형태의 광고만을 제공하였다.
- [4] 또한 개인의 경우에도 오프라인 및 온라인상에 형성된 상점을 이용하여 자신이 원하는 상품을 구매하나, 영세규모의 상점에 대해서는 입소문 또는 신문 광고지를 접하기 전까지는 상점의 특징점을 파악하기 어려울 뿐더러, 자신의 생활 반경안에 어떠한 상점이 존재하는지도 파악하기 어려웠다.
- [5] 이에 종래 포털 서비스 제공자 등은 위치 기반 서비스의 한 종류로서, 지도 상에 상점을 표기하고, 해당 상점의 전화번호, 주소, 웹 사이트 주소, 후기 등을 등록하기도 하였다.
- [6] 그러나, 상기 포털 서비스 제공자는 소정 정보 등록비를 제공하는 상점에 대해서만 정보를 등록하므로, 영세규모의 상점의 경우에는 상기 위치 기반 서비스를 이용한 광고마저도 어려운 문제가 있었다.
- [7] 또한 상점에 대한 후기는 미지의 사용자에게 의해 입력되므로, 선의의 객관적인 정보가 아닌 경우가 많았다. 즉, 후기 등록에 대한 책임이 없으므로, 소정의 비용을 지불받고 후기를 올리는 사람들이나 악의를 가지고 후기를 올리는 사람들이 많아 인터넷을 통해 입력된 후기에 대한 신뢰도가 낮은 문제도 있었다.
- [8] 또한 상기 포털 서비스 제공자는 상점과 고객간의 실시간 SNS(Social Networking Service)를 제공하지 않으므로, 상점과 고객간의 실시간 소통이 불가능한 문제가 있었다.
- [9] 또한 영세규모의 상점은 고객 관리를 위한 시스템을 구축하기가 어려워 대기업형 점포와 같이 고객에 대한 기본정보는 물론이고, 구매이력이나 처리현황 등과 같은 구매정보, 마일리지 정보 등을 데이터베이스화하지 못하고 있어, 고객에게 적합한 판매 서비스를 제공할 수 없어 대기업형 점포에 비해 적극적인 고객 서비스를 제공하기가 어려웠다.
- [10] 이에 따라 개인들과 상점들 사이를 SNS를 통해 연결하여 가상 동네를 형성하고, 그 가상 동네에서 개인들과 상점들이 서로 신뢰도 높은 상점 정보 및

광고 정보를 실시간 공유할 수 있게 하는 기술의 개발이 절실하게 요망되었다.

발명의 상세한 설명

기술적 과제

- [11] 본 발명은 개인들과 상점들 사이를 SNS를 통해 연결하여 가상 동네를 형성하고, 그 가상 동네에서 개인들과 상점들이 서로 신뢰도 높은 정보를 공유할 수 있게 하는 가상 동네 서비스 제공 시스템 및 방법을 제공하는 것을 그 목적으로 한다.

과제 해결 수단

- [12] 상기한 목적을 달성하기 위한 본 발명에 따르는 네트워크를 통해 복수의 개인 단말기 및 복수의 상점 단말기와 연결되는 서비스 서버의 가상 동네 서비스 제공 방법은, 상기 서비스 서버가, 상기 개인 단말기들 중 어느 하나인 제1개인 단말기를 통한 제1개인의 요청에 따라 제1가상 동네 계정을 부여하고, 그 제1가상 동네 계정에 개인 식별정보 및 개인 이웃 정보 및 상점 이웃 정보를 상기 제1개인 단말기를 통해 입력받아 등록하는 단계; 상기 서비스 서버가, 상기 상점 단말기들 중 어느 하나를 통한 요청에 따라 상점 계정을 부여하고, 그 상점 계정에 상점 정보 및 개인 이웃 정보를 상기 상점 단말기를 통해 입력받아 등록하는 단계; 상기 서비스 서버가, 상기 제1가상 동네 계정의 개인 이웃 정보에 개인 이웃으로 설정되었으며 제2가상 동네 계정을 부여받은 제2개인이 제2개인 단말기로 제2가상 동네 계정으로 로그인하여 상기 제1가상 동네 계정의 상점 정보 공유를 요청하면, 상기 제1가상 동네 계정에 등록된 상점 이웃 정보를 상기 제2개인 단말기로 제공하는 단계;를 포함하는 것을 특징으로 한다.

발명의 효과

- [13] 상기한 본 발명은 개인들과 상점들 사이를 SNS를 통해 연결하여 가상 동네를 형성하고, 그 가상 동네에서 개인들과 상점들이 서로 신뢰도 높은 정보를 공유할 수 있게 한다.
- [14] 이를 테면, 이웃들이 서로 어떤 이웃들을 알고 있는지 그리고 그들이 어떤 상점을 이용하고 있는지, 또 이용한 후 평가가 어떤지를 간접적으로 알 수 있게 한다.
- [15] 이를 통해, 소규모 상점들은 SNS를 통한 온라인 마케팅으로 홍보 비용을 절감하는 반면, 신뢰도 있는 친구 또는 이웃을 통한 마케팅을 통해 비용 대비 효과의 광고 홍보의 효율성은 보다 향상시킬 수 있다.
- [16] 또한, 오프라인 상의 가장 영향력이 큰 입소문 마케팅을 SNS 시스템으로 가져와서, 신뢰도 높은 이웃의 추천 또는 영향력 있는 구매자의 구매 따라하기 패턴을 이용하는 마케팅으로, 마케팅의 홍보력을 극대화시키고, 마케팅의 신뢰성을 확보할 수 있다.
- [17] 이는 인터넷 비즈니스 모델의 새로운 시장으로 파이를 키워가면서, 새로운 차원의 광고 홍보시장을 확보할 수 있게 한다.

도면의 간단한 설명

- [18] 도 1은 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 가상 동네 서비스 제공 시스템의 구성도.
- [19] 도 2a 내지 도 2d(이하 도 2라 칭함)는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 가상 동네 서비스를 위한 데이터베이스의 구조도.
- [20] 도 3 내지 도 12는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 가상 동네 서비스 제공 방법의 흐름도.
- [21] <부호에 대한 설명>
- [22] 100 : 서비스 서버
- [23] 102 : 데이터베이스
- [24] 1041~104N : 제1 내지 제N고객 단말기
- [25] 1061~106M : 제1 내지 제M상점 단말기
- [26] 108 : 상품 공급처 단말기

발명의 실시를 위한 최선의 형태

- [27] 본 발명이 제공하는 가상 동네 서비스에 대한 이해를 돕기 위해 가상 동네 서비스를 통해 제공되는 기능들에 대해 먼저 설명한다.
- [28] <가상 동네의 생성>
- [29] 본 발명은 가상 동네를 제공하며, 상기 가상 동네는 인터넷 공간에 생성된 공간으로, 사용자 개인이 계정을 개설 요청하면 자동으로 한 개의 가상 동네를 생성하며, 그 가상 동네를 개설한 사용자가 해당 가상 동네의 주인(Owner)이 된다. 상기 가상 동네의 이름은 주인의 식별정보로 정해질 수 있다. 그리고, 계정을 개설한 사용자에게 대해서는 실명 확인을 거친다.
- [30] <가상 동네의 구성원>
- [31] 상기한 본 발명에 따르는 가상 동네는 개인과 실제의 상점(SOHO)을 실시간으로 연결하는 SNS(Social Network Service)이다. 상기 가상 동네는 가상 동네를 만든 주인이 있고, 더불어 살아가는 이웃들과 상점들로 구성되어 있으며, 주인은 이웃과 상점을 추가하거나 제거할 수 있다. 또한 이웃은 또 다른 가상 동네의 주인이며, 상점은 현실 세계에 존재하는 실제 상점들이다.
- [32] <상점의 생성>
- [33] 본 발명의 가상 동네에 입점하게 되는 상점은 가상 동네의 주요 구성원이며, 가상의 상점이 아니라 실제 세계에서 영업을 하고 있는 상점(소상공인 혹은 SOHO/Small Office Home Office)을 일컫는다. 상기 상점이 계정을 개설하면 '상점 리스트'에 고유 아이디로 등록되며, 상점 명은 실제 상점 이름으로 등록된다. 여기서, 상점의 상호는 실명 확인을 거친다.
- [34] <상점>
- [35] 상기 상점은 식당, 미장원, 세탁소, 슈퍼, 비디오 상점, 약국, 병원, 증권사지점, 은행지점, 대리점, 부동산 중개업, 학원, 배터리 상점 등 일상 생활을 하면서

거래하는 모든 거래처를 총칭한다. 상기 상점은 여러 개의 업종으로 분류되고 각 업종은 다시 소분류로 나뉘질 수 있다. 본 발명의 가상 동네 서비스 시스템에서는 상기한 상점들을 검색할 때에 사용되는 스마트 검색 엔진을 제공한다. 또한 본 발명의 가상 동네 서비스 시스템은 상기 상점에 남긴 고객의 리플을 관리하며, 고객이 부여한 랭킹 점수(별)를 관리한다. 특히 상기 본 발명은 상기 계정을 개설한 상점에 대해서는 하나의 블로그를 자동으로 생성하여 제공한다.

- [36] 또한 본 발명의 가상 동네 서비스 시스템은 상기 상점에 대해 리얼 타임 모니터링 화면을 제공하여, 가상 동네 서비스 시스템에 접속한 가상 동네들을 실시간으로 조회하고, 누가, 언제 접속했는지에 대한 조회를 가능하게 한다. 또한 본 발명의 가상 동네 서비스 시스템은 상점이 고객에게 보낸 메시지 등과 같은 정보의 조회 서비스를 제공하고, 고객의 질문을 실시간으로 파악해서 신속한 답변을 할 수 있도록 지원한다. 즉, 질문이 올라왔을 때, 주요 고객이 조회할 때, 신규 고객이 방문할 때, 고객이 다른 고객을 추천했을 때 등 고객으로부터 이벤트가 발생했을 때, 그에 따른 이벤트 정보를 상점 주인의 스마트 폰에 푸시 noti피케이션(Push notification)할 수 있다.
- [37] 또한 본 발명의 가상 동네 서비스 시스템은 상기 상점이 생성한 이브로셔(eBrochure)를 제공받은 후에, 해당 상점을 입점시킨 가상 동네가 접속하는 순간에 상기 이브로셔를 자동으로 가상 동네의 사용자 화면으로 제공하여 고객이 볼 수 있도록 하며 특별 할인, 이벤트, 신상품 소개, 타깃 마케팅 자료를 실시간으로 가상 동네 우체통으로 보낸다.
- [38] <상점의 입점>
- [39] 상기 가상 동네는 주인이 상점을 가상 동네에 입점시킴으로써 가상 동네를 키워 나갈 수 있다. 즉, 가상 동네의 주인은 가능한 많은 상점들을 입점시키기를 원할 것이고, 상점 주인들은 가능한 많은 가상 동네(뉴타운)에 입점되기를 원할 것이다. 또한 주인은 다른 이웃 즉, 다른 또 하나의 가상 동네에게 상점을 추천할 수 있으며 이웃은 내 가상 동네에 어떤 상점들이 있는지 볼 수 있다. 상기 가상 동네의 모든 구성원 즉, 주인과 이웃 그리고 상점들은 명함을 가지고 있고, 그 명함에는 기본정보들이 들어 있다. 상기 상점 입점은 PC 혹은 모바일 단말기에 설치된 가상 동네 앱에서 하거나 상점에서 바로 할 수 있다.
- [40] <상점 추천>
- [41] 상기 가상 동네는 다른 이웃에게 상점을 추천할 수 있다. 상기 추천을 할 경우 추천서가 자동 작성되어 이웃의 우체통에 실시간으로 전달되고 모바일폰에 푸시된다. 또한 상점에도 피 추천 주민의 기본정보가 전달된다. 그리고 수락 여부의 정보는 추천한 사람과 상점에 전달된다.
- [42] <주민의 기본정보>
- [43] 그리고 사용자 자신과 이웃으로 구성되는 주민의 기본 정보는 '성명, 주소, 전화번호, 성별, 나이, 생일, 결혼기념일' 등으로 구성되며, 주인이 상점을 가상

동네에 입점시킬 때 기본정보가 자동으로 그 상점에 전달된다. 즉, 상점은 가상 동네에 입점될 때에 주인의 기본정보를 자동으로 취득하게 되며 고객 관리 정보로 활용할 수 있게 허용된다.

[44] <상점(소상공인)의 기본정보>

[45] 상기 상점의 기본정보는 실제 상점이름, 주소, 전화번호, 영업시간, 레이아웃(Layout) 등으로 구성되며, 상기 레이아웃은 상점의 내부를 그린 도면이다. 상기 가상 동네에는 상점 레이아웃을 그릴 수 있는 간단한 CAD SW를 제공하여 상점 주인이 혹은 서포터가 레이아웃을 관리할 수 있도록 지원한다. 상기 상점의 정보는 '상점 리스트'에 기록되며 가상 동네 주인들이 활용할 수 있다. 그리고 상점의 위치 정보는 GPS로 관리되며 '상점 찾기' 앱으로 쉽게 상점을 찾을 수 있다.

[46] <상점 서포터(Supporter)>

[47] 또한 본 발명에 따른 가상 동네 서비스 제공 시스템은 상점별로 '인터넷 카페'를 제공한다. 상기 인터넷 카페를 통해 상점은 회원을 모집할 수 있으며, 회원은 카페 내에서 무보수의 비영리 활동을 통해 상점을 도와주는 서포터가 된다. 상기 서포터들의 활동은 비공개로 진행되며 정보의 공유도 회원들끼리만 공유한다. 상기 상점의 주인이 인터넷카페의 관리자(Admin)가 되며 서포터는 카페 운영과 레이아웃 작성 등을 도와준다. 또한 서포터들은 카페의 회원으로써 카페를 통한 건전한 친목의 장을 넓혀 나간다.

[48] 상기 서포터의 가장 중요한 임무는 상점 주인을 도와 가상 동네에서 상점이 영역을 넓혀 나가도록 다양한 역할을 담당하는 것이다. 그 중 하나가 인터넷을 잘 모르는 상점 주인을 돕는 일이다.

[49] <이웃 간의 관계>

[50] 상기 이웃은 가상동네의 주인인 사용자가 팔로잉(Following)한 사람들이다. 상기 팔로잉한 사람들이 바로 가상동네의 이웃들이 된다. 이러한 이웃의 가상동네를 열어볼 수 있으며, 그 안에 있는 상점을 내 가상 동네에 입점시킬 수 있다. 특히, 상기 이웃들간에는 '공개'설정한 정보만이 공유된다. 다만 이웃의 '친구정보'를 보고 싶을 땐 '친구 맺기'를 신청한 후 '허락'을 받아야만 볼 수 있다.

[51] <정보의 공개>

[52] 본 발명에 따른 가상 동네 서비스 제공 시스템에서 사용되는 나의 가상 동네를 만들때, 프라이빗(Private)과 퍼블릭(Public)의 2가지 중 하나로 설정할 수 있다. 프라이빗으로 설정할 경우 가상 동네의 정보 등급은 '친구정보', '비공개' 2가지로 분류되며, 반드시 친구를 맺은 사람들만 내 가상 동네에서 정보 조회가 가능하다. 퍼블릭으로 설정할 경우에는 '공개', '친구정보', '비공개' 3가지로 분류되며, 프라이빗과 달리 누구나 나를 이웃으로 설정할 수 있다. '공개'는 사용자 자신을 팔로잉하는 모든 사람에게 공개되는 정보이며 주로 기본정보와 사진, 이용 소감, 등급부여 등이 공개 된다. 상기 '친구정보'는 친구를 맺은 사람들끼리만 공유할 수 있는 정보이고 사진이나 글 등을 '친구정보'로 저장된다.

상기 '비공개정보'는 사용자 자신만 볼 수 있는 정보이며 '비공개 정보'로 저장된다. 그리고 거래내역정보는 비공개로 자동 분류된다. 상기 본 발명에 따른 가상 동네 서비스 제공 시스템은 Twit의 팔로잉과 페이스북의 친구 맺기 기능을 가진다.

[53] <이웃의 팔로잉>

[54] 본 발명에 따른 가상 동네의 구성원인 이웃들은 (가) 사용자 자신이 팔로우하는 사람들<Following>, (나) 사용자 자신을 팔로우하는 사람들<Follower>, (다) 사용자 자신과 친구 맺기를 한 친구들, (라) 사용자 자신의 가상 동네에 입점되어 있는 상점들을 볼 수 있다. 이러한 4가지의 정보를 통해 이웃들이 서로 어떤 이웃들을 알고 있는지 그리고 그들이 어떤 상점을 이용하고 있는지, 또 이용한 후 평가가 어떤지를 간접적으로 알 수 있어서 가상동네를 넓혀 나가는데 참고될 수 있다.

[55] <상점의 팔로잉>

[56] 그리고 가상동네의 구성원인 상점은 (가) 내가 팔로우하는 상점들<Following>, (나) 내 상점을 팔로우하는 상점들<Follower>, (다) 내 상점과 제휴한 상점들, (라) 내 상점을 '입점한 가상동네들'의 정보를 가지고 있다. 이러한 정보를 통해 어떤 가상동네에서 이 상점을 입점시켰는지 알 수 있으며, 이 상점이 관심을 가지고 있는 상점들과 이 상점에 관심을 가지고 있는 상점들을 조회할 수 있다. 그리고 상점은 다른 상점들과 함께 인터링크(제휴)를 하면 서로 협업을 하면서 작지만 크게 뭉칠 수 있다.

[57] <친구 맺기>

[58] 상기 가상동네에서는 서로의 정보를 공유하여 사용자 자신의 가상동네에 좋은 상점들을 많이 입점시키는 것을 목적으로 하고 있기 때문에 정보를 공개하는 것을 원칙으로 하고 있다. 하지만 팔로잉하는 이웃 중에 '친구 정보'로 저장된 정보를 공유하기 위해서는 그 이웃과 '친구 맺기'를 하여야 한다. 친구 맺기는 친구 신청을 통해서 이루어지며 상대방이 승인을 하면 두 사람은 서로 친구 사이가 된다.

[59] <인터링크(제휴 맺기 - Inter Link)>

[60] 본 발명의 가상 동네 서비스에서는 인터링크를 제공하며, 상기 인터링크란 상점들이 서로 제휴하여 새로운 브랜드를 만드는 것을 말한다. 상기 가상 동네는 시너지 효과를 낼 수 있는 상점들이 서로 모여 하나의 브랜드 명을 사용할 수 있도록 지원한다. 이와 같이 같은 브랜드 명을 사용할 경우 제휴 상점을 통해 마케팅활동을 공동으로 할 수 있으며 마일리지 공유 등 다양한 서비스를 만들어 갈 수 있다. 또한 상기 제휴는 소상공인끼리 서로의 고객 정보를 공유할 수 있을 뿐 아니라 결합 서비스를 다양하게 제공할 수 있기 때문에 대기업과 경쟁할 수 있는 파워를 가지게 된다.

[61] 이에따라 수십 개의 동일 업종의 소상공인이 공동 구매로 구매 원가를 절감할 수 있고 이를 소비자에게 혜택에 돌아갈 수 있도록 하여 대형쇼핑몰과 경쟁을 할

수 있다. 또한 패션과 디자인, 액세서리, 화장품 등의 소상공인이 제휴를 하여 백화점 수준 이상의 서비스를 결합하여 제공할 수 있다. 또한 장소에 구애받지 않고 수많은 소상공인들이 뭉쳐서 결합 상품을 제공할 수 있어서 백화점이나 대형 쇼핑몰과 경쟁할 수 있는 힘을 가지게 된다.

[62] <거래 내역의 관리>

[63] 본 발명의 가상 동네 서비스는 가상동네에 사용자 자신이 이용한 상점들의 거래 내역을 기록 보관한다. 상기 기록의 내용은 이용일자, 거래내용, 가격 등으로 구성된다. 상기 사용자 자신의 거래 내역은 사용자 자신만 볼 수 있으며 다른 사람들은 볼 수 없다. 그리고 상기 거래 내역은 가상동네에 내장된 '가계부'에 자동으로 기록된다. 또한 상점을 10회 이용하면 무료 쿠폰을 주는 서비스의 경우 '포인트 쿠폰'을 잃어버리는 경우가 많은데 가상동네에서는 상기 쿠폰 등의 프로모션 정보를 저장하여 그 쿠폰을 잃어 버려 손해를 보는 경우가 없고, 매번 '포인트 쿠폰'에 도장을 받는 번거로운 일도 요구하지 않게 할 수 있다. 상기 쿠폰에 대한 정보는 제휴 상점에서 공유함으로써, 제휴 상점에서 이용 가능하게 할 수 있다.

[64] <거래 내역의 기록 및 CRM>

[65] 그리고 상기한 거래 내역은 상점에서 거래가 성사될 때에 기록되며, 거래한 내역이 틀리거나 누락되었을 경우 나중에 수정하거나 입력할 수도 있다. 상기 상점은 거래 내역을 마케팅 자료로 활용할 수 있으며 CRM의 기초 자료로 사용할 수 있다. 또한 사용자 개인은 가계부를 통해 자신의 모든 기록을 조회할 수 있으며 다양한 보고서로 볼 수 있다. 또한 다른 사람들의 소비 행태에 대한 다양한 통계자료를 제공받을 수 있다. 단 타인의 거래 내역은 제공하지 않는다.

[66] <예약 및 결제>

[67] 그리고 본 발명의 가상 동네 서비스는 가상동네를 통해 예약 서비스를 제공한다. 즉, 식당의 경우에는 레이아웃 도면을 보고 원하는 테이블을 예약할 수 있게 하며, 식당 테이블별 예약 가능 일자를 조회하면서 예약을 할 수 있게 한다.

[68] 즉, 병원이나 미장원의 등의 경우는 방문 가능한 시간을 조회한 후 예약하면 되며 가서 기다릴 필요가 없다.

[69] 또한 상기 상점은 예약자 리스트를 관리할 수 있으며, 일부 좌석이나 시간을 예약할 수 있어서 예약없이 오는 손님들에게 서비스를 제공할 수 있도록 한다.

[70] 그리고 상기 가상동네에서 직접 구매는 물론 아웃 소싱 결제 시스템을 통해 결제까지 할 수 있다. 그리고 구매시 경매/역경매 시스템을 이용하면 쉽고 빠르게 쇼핑과 결제가 가능하다. 그리고 가상동네에서 구매할 경우 할인이 가능하며 상점에서 실시하는 게릴라 마케팅 이용시 아주 값싸게 서비스나 상품을 구입할 수 있다. 식당 등 일부 업종의 경우 예약 결제 후 취소하는 경우에는 상점의 주인은 예약자와 협의후 주문한 요리를 리얼타임 경매에 부쳐 30%~70% 할인된 가격에 판매하고 그 대금을 예약자에게 돌려주는 서비스를 할

수 있다.

[71] <가계부>

[72] 그리고 본 발명의 가상 동네 서비스는 가상동네를 통해 가계부를 통해 비용이 발생된 모든 상점의 거래를 자동 기록한다. 즉, 상점에서 결제가 이루어질 때 거래 내역이 자동으로 입력되지만 가계부에서 수정하거나 누락된 것을 입력할 수 있다. 상기 가상 동네의 '상점리스트'에 미등록된(입점되지 않은) 상점에서 발생된 거래정보는 수작업으로 가계부에 입력될 수 있다. 이때 미등록된 상점은 자동으로 가상 동네의 '임시 상점 리스트'에 등록되고 유지된다. 상기 미등록 상점이 '상점리스트'에 정식으로 등록되었을 때, 가상 동네는 자동 업데이트되며 가계부의 거래 내역이 상점에 전달될 수 있다.

[73] <블로그 (Blog)>

[74] 그리고 본 발명의 가상 동네 서비스는 가상동네마다 블로그를 제공한다. 상기 블로그는 가상 동네에 입점한 상점들의 정보가 게시되며 상점에서 발송하는 정보들을 실시간으로 업데이트한다. 상기 블로그를 통해 사용자에게는 이브로셔(eBrochure), 이쿠폰(eCoupon), 이CRM(eCRM), 각종 이벤트(할인, 무료 시식회, 신상품 안내 등)가 안내된다. 또한 상기 블로그를 통해 상기 이웃들의 정보들도 실시간으로 업데이트된다. 즉, 새로 추가된 상점들의 정보, 리플, 뉴타운 리서치센터에서 발행하는 랭킹 정보 등 다양한 정보가 블로그를 통해 안내된다. 그리고 팔로잉한 사람들이 올린 트윗의 링크를 빠짐없이 별도 보관하여 정보의 휘발성을 막아 소중한 정보가 너무 빨리 사라지는 것을 방지한다.

[75] 또한 본 발명의 가상동네 서비스에서는 상점마다 블로그를 제공하며, 상기 블로그를 통해 상점 소개(업종 설명, 연혁, 기사, CEO 인사말 등), 위치(맵 제공), 제공하는 서비스 종류(식당의 메뉴 등), 고객의 리플, 랭킹 정보, 고객의 사진, 상점 주인이 꾸미는 공간 등을 실시간으로 업데이트한다.

[76] 또한 상점의 블로그를 통해 제휴한 상점들의 소식들도 함께 제공하여 원 스톱 쇼핑을 할 수 있도록 편의를 제공하면서 제휴상점끼리 시너지 효과를 높인다. 그리고 지난 정보들은 월간지로 만들어 3 개월치를 제공한다.

[77] <수익 모델>

[78] 상기한 가상동네의 수익모델은 광고 수입과 사용료 수입이 있다.

[79] 상기 광고 수익은 뉴타운마다 배너 광고판이 있고, 고객이 자주 구매하는 제품이나 서비스의 광고를 올린다. 그리고 가계부에도 배너 광고가 있으며 가계부 조회나 입력시 유사 제품이나 서비스 광고를 띄운다. 상기 광고는 타겟 마케팅, Time to time 마케팅을 위한 광고 정보일 수 있다. 그리고 상점에 있는 배너광고는 상점의 제품이나 서비스를 광고한다.

[80] 그리고 상기 수수료 수입으로는 상점은 매달 고객이 거래 내역을 한 만큼 종량제로 사용료를 지불할 수 있다. 그리고 상점은 CRM에 대한 연간 사용료를 지불할 수 있다.

[81] <프레젠테이션-제1가상동네 표현방식>

[82] 본 발명에 따른 가상동네는 Mac의 Finder처럼 4가지, 아이콘, 디렉토리, f어보기처럼 보여준다. 이웃의 경우에는 또 다른 가상동네인 만큼, 사용자 자신의 가상 동네에 있는 이웃들을 동시에 펼쳐 보이게 할 수 있다. 이웃의 이웃, 그리고 또 이웃을 연속적으로 보여준다.

[83] 그리고 아이콘의 경우, 상점이나 이웃은 자기만의 깃발이나 문양을 가질 수 있는데 최초 가입 시 선택할 수 있도록 제공한다.

[84] 그리고 디렉토리의 경우, 가장 보편적으로 제공하는 표현 형식이 된다. 마치 전화번호부를 보는 것처럼 상점이름, 전화번호, 주소 등을 나타내고, 이웃의 경우는 이름, 전화번호, 주소 등을 보여주고 이웃의 뉴타운에 있는 상점들의 리스트는 보여주지 않는다.

[85] 그리고 네스팅을 클릭하면 이웃들을 동시에 펼쳐 보이게 할 수 있다. 이웃의 이웃, 이웃의 상점와 이웃의 이웃의 상점까지 표시한다.

[86] 그리고 f어보기는 Mac의 f어보기처럼 유사한 형태로 보여준다. 스크롤바를 움직이면 상점와 이웃들의 사진이 차례로 표시한다.

[87] <프레젠테이션-제2가상동네 표현방식>

[88] 본 발명에 따른 가상동네는 도 12의 (a)에 도시한 바와 같이 페이스북(Facebook)의 터치그래프(Touchgraph)처럼 내 가상동네에 있는 상점들과 이웃들을 그래프로 표시를 해준다. 특히 오픈 API(Open API)를 제공하게 되면 다른 사람들이 유사한 그래프를 개발하게 될 것이다.

[89] 상기 터치 그래프와 같은 형식의 표현은 사용자 자신과 이웃 그리고 상점간의 관계를 잘 나타나게 해준다. 즉, 어떤 상점이 나와 이웃들에게 입점되어 있는지, 누가 누구의 이웃인지 명료하게 표시할 수 있다.

[90] <프레젠테이션-제3가상동네 표현방식>

[91] 본 발명의 가상동네는 도 12의 (b)에 도시한 바와 같이 데일리 부스(Dailybooth)의 형식으로 표현될 수도 있다. 즉 상점 및 이웃의 사진과 자신을 팔로잉하는 이웃, 자신이 팔로잉하는 이웃, 친구사진들 선택한 상점 및 이웃의 기본정보들이 www.dailtbooth.com 처럼 웹으로 표시된다.

[92] <프레젠테이션-제4가상동네 표현방식>

[93] 또한 본 발명의 가상동네는 도 12의 (c)에 도시한 위젯으로 개발되어 표현될 수도 있다. 상기 위젯에는 상점정보와 친구, 이웃들에 대한 정보가 표시된다.

[94] <가상동네의 구성원>

[95] 가상동네의 구성원인 이웃과 상점이 가지고 있는 관계정보들이다

[96] 이웃은, 1) 내가 Following하는 이웃, 2) 나를 Follower하는 이웃, 3) 친구맺기 한 친구들, 4) 상점들로 구성된다.

[97] 그리고 상점은, 1) 상점 주인이 Following하는 다른 상점들, 2) 내 상점을 Follower하는 상점들, 3) 제휴한 상점들, 4) 내 상점을 입점시키고 있는 뉴타운들로 구성된다.

[98] <CRM을 통한 SOHO의 대기업화>

[99] 대부분의 상점(소상공인)들은 영세하며, 단골고객에 대한 데이터를 가지고 있지 않기 때문에 인터넷이나 우편물을 통해 적극적인 영업 활동을 할 수 없다. 하지만 가상동네의 상점들은 자신의 상점을 이용한 모든 고객들의 거래 데이터를 가질 뿐 아니라 CRM 시스템을 이용한 적극적이고 적기(Time to Market)의 타겟마케팅이 가능해진다. 상기 CRM을 통해 고객들의 만족도가 올라가고 재구매율이 높아져서 상점의 매출성장을 기대할 수 있다. 또한 가상동네의 상점들은 날마다 정교해지는 CRM을 통해 가상동네에 가입하지 못한 상점들에 비해 월등한 경쟁력을 가지게 될 것이다. CRM은 상점들이 뉴타운에 가입하게 만드는 킬러(Killer) 콘텐츠가 될 것이다.

[100] <합리적인 평가 시스템>

[101] 본 발명의 가상동네는 소비자들이 구매한 상품/서비스에 대해 평가를 점수화하기 때문에 모든 상품/서비스는 시장의 평균값이 얼마인지 알 수 있다. 상기 평가 점수는 아주 만족 (5점), 만족 (4점), 보통 (3점), 불만 (2점), 아주 불만 (1점) 으로 한다. 상기 시장 평균값은 평가를 내린 사람들의 평균값을 말한다. 만일 시장 평균값이 4점 이상이라면 대부분의 소비자들이 안심하고 구매할 수 있을 것이다. 또 소비자는 50명 이상이 구매한 상품 중에 평균값이 4점 이상의 점수를 받은 상품을 조회할 수 있을 것이다.

[102] 또한 내가 시장과 비교해서 상대적으로 엄격한 평가자인지, 관대한 평가자인지 알 수 있게 해준다. 내가 구매한 상품의 평가표는 (상품/서비스 명, 나의 평가 점수, 시장 평균값)로 작성된다.

[103] <적극적인 Q&A를 통한 상품/서비스 구매>

[104] 상기 가상동네는 이웃들간에 서로의 사용 경험을 공유하도록 하여 합리적인 소비활동을 통한 삶의 질을 높일 수 있도록 강력하고 적극적인 Q&A 서비스를 제공한다.

[105] 상기 가상동네는 실제로 상품/서비스를 구매한 소비자 명단을 가지고 있기 때문에 상품/서비스를 신규로 구매하는 이웃은 이미 구매 경험이 있는 사람들에게 사용 소감을 물어 볼 수 있다. 다른 사이트의 경우 소수의 사용자가 올린 리플만 보고 판단해야 하지만 리플이 없는 경우가 많기 때문에 타인의 소중한 경험을 공유하기 어렵다, 하지만 가상 동네의 경우는 모든 실 구매자에게 자문을 구할 수 있고, 합리적인 평가 시스템을 통해 보다 정확하고 안전하게 상품/서비스를 구매할 수 있다.

[106] 예를들어 '어떤 디카를 사야 하나요?'라는 질문을 했다면, 최근에 디카를 구매한 이웃 모두에게 이 질문을 전달(실시간 Push/메일 등 다양한 방법으로 전달)할 수 있으며, 모든 답변을 질문자가 볼 수 있도록 지원한다. 소량의 소비만 이뤄진 상품/서비스들은 일반적으로 사용 소감(후기)을 알 방법이 없지만, 뉴타운에서는 단 한 사람이라도 사용한 사람이 있으면 사용 소감을 알 수 있도록 지원한다. 이처럼 뉴타운은 이웃들이 소비한 광범위한 상품/서비스 정보를

가지고 있기 때문에 집단지성을 통한 스마트한 소비활동을 지원할 수 있다.

[107] 또한 질문과 답변들은 Q&A 데이터베이스에 저장되어 다른 사람들이 쉽고 빠르게 답을 얻을 수 있는 검색엔진의 기본정보로 활용된다. 잠재 사용자의 질문에 적극적으로 답변을 하는 사람들에게는 높은 직위를 부여하여 가상 동네에서 명예를 쌓도록 하고, 여러 가지 인센티브를 제공한다.

[108]

[109] 이제 상기한 바와 같은 가상 동네를 제공하는 시스템에 대해 상세히 설명한다.

[110] <가상 동네 서비스 제공 시스템의 구성>

[111] 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 가상 동네 서비스 제공 시스템의 구성을 도 1을 참조하여 상세히 설명한다.

[112] 상기 가상 동네 서비스 제공 시스템은 네트워크를 통해 접속한 제1 내지 제N고객 단말기(1041~104N) 또는 제1 내지 제M상점 단말기(1061~106M)를 통해 가상 동네 서비스를 제공하는 서비스 서버(100)와, 가상 동네 서비스를 위한 정보를 저장하는 데이터베이스(102)로 구성된다. 상기한 제1 내지 제N고객 단말기(1041~104N) 또는 제1 내지 제M상점 단말기(1061~106M)는 디지털 텔레비전 수상기나 핸드폰, PDA, 태블릿, PC 등 다양한 매체가 채용될 수 있다.

[113] 또한 상기 서비스 서버(100)는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 가상 동네 서비스를 제공하기 위해 네트워크를 통해 기존의 외부 SNS 서비스 서버(200) 및 금융기관 서버(202), 상품 공급처 단말기(108)와 통신을 이행한다. 상기 서비스 서버(100)는 상기 기존의 외부 SNS 서비스 서버(200)를 통해 기존 SNS 서비스를 통해 친구 또는 지인등록된 정보를 공유할 수 있다. 또한 상기 서비스 서버(100)는 상기 금융기관 서버(202)를 통해 사용자에게 대한 금융정보를 제공받을 수 있다. 또한 상기 서비스 서버(100)는 상기 상품 공급처 단말기(108)를 통해 상점으로의 상품 공급을 요청할 수도 있다.

[114] 상기 가상 동네 서비스를 위한 정보를 저장하는 데이터베이스(102)의 구조를 도 2를 참조하여 설명한다.

[115] 상기 데이터베이스(102)에는 제1 및 제N 가상 동네 계정 정보, 및 제1 내지 제M 상점 계정 정보, 및 지도 정보, 역경매 정보, 폐쇄전자거래 정보, 공공 정보, 건강관리 정보, 광고 정보 등이 구비된다.

[116]

[117] <가상 동네 정보>

[118] 상기 제1 및 제N 가상 동네 정보는 가상 동네 기본정보, 구매이력정보, 종합자산정보, 가계부 정보, 차량 관리 정보, 개인 이웃 정보, 상점 이웃 정보, 개인 잡지 정보, 제휴 정보, 추천 정보, 메일 정보 등으로 구성된다.

[119] 상기 가상 동네 기본정보는 가상 동네 식별정보, 인증정보, 성명, 주소, 생일, 결혼기념일, 나이, 성별, 직종, 단말기 식별정보, 이메일 주소, 통신 단말기 번호정보, 명함정보 등의 정보로 구성된다.

[120] 상기 구매 이력 정보는 상점 식별정보, 일시, 상품식별정보, 가격정보, 평가정보

등으로 구성된다.

- [121] 상기 종합 자산 정보는 카드, 증권, 은행, 보험, 잔고 등의 자산 현황정보와, 자산 재구성 정보, 퇴직 관리를 위한 수직/지출 설계 및 재구성 정보 등으로 구성된다.
- [122] 상기 가계부 정보는 수입정보, 구매정보에 따른 지출 내역에 대한 정보를 포함하는 지출정보와 소비 패턴 정보로 구성된다. 상기 지출정보는 거래일자, 거래내용, 가격 등이 포함된다.
- [123] 상기 차량 관리 정보는 차량 식별정보, 차종정보, 운전자 정보, 보험금 지급 내역 및 자동차 관련 사고 처리 내역정보, 자동차 보험 추천정보 등의 보험 및 세금 관리 정보와, 엔진오일, 타이어, 브레이크, 펜 벨트, 타이밍 벨트 등의 소모품 교체시기 정보와, 차계부 정보와, 차량 동호회 정보 등이 등록된다.
- [124] 상기 개인 이웃 정보는 개인 식별정보, 개인 평가 및 메모정보, 개인 이웃 레벨 정보 등으로 구성된다. 상기 개인 이웃 레벨 정보는 자신의 동네 정보에 대한 공유 수위를 결정하는 것으로, 개인 이웃은 설정된 레벨에 대응되는 수위까지의 정보만이 공개되어 제공될 수 있다. 즉, 자신을 팔로우하는 자, 자신이 팔로우하는 자, 친구등록한자를 기준으로 정보 공개의 레벨이 결정될 수 있다. 또한 상기 개인 평가 및 메모정보는 이웃으로 등록된 사용자의 상품 평가정보, 상점 평가정보, 이웃으로 등록된 상점에 대한 정보 등에 대한 정보들로 구성될 수 있다.
- [125] 상기 상점 이웃 정보는 상점 식별정보, 상점 평가 및 메모정보, 상점 이웃 레벨 정보, 구매정보, 구매상품 평가정보, 구매상품 현황정보, 구매상품 스케줄 정보, 프로모션 정보 등으로 구성된다. 상기 상점 평가정보는 상기 개인이 해당 상점에 대해 평가한 내용이며, 상기 구매상품 평가정보는 상기 개인이 해당 상점에서 구매한 상품에 대해 평가한 내용이며, 상기 구매상품 현황정보는 상기 상점의 상점 계정으로 로그인한 사용자가 상기 개인이 구매한 상품에 대한 현재상태를 상기 개인으로 제공한 정보이며, 상기 구매상품 스케줄 정보는 상기 상점의 상점 계정으로 로그인한 사용자가 상기 개인이 구매한 상품에 대한 스케줄을 상기 개인으로 제공한 정보이다.
- [126] 상기 개인 잡지 정보는 개인 잡지 식별정보와 개인 잡지 내용정보와 구독정보 등으로 구성된다. 상기 개인 잡지는 정보의 휘발성을 방지하기 위해 상점에 대한 평가정보, 후기정보 등을 포함하는 웹진이며, 이 웹진은 이웃 등록된 개인 또는 상점 계정으로 로그인한 사용자에게 제공된다.
- [127] 상기 제휴 정보는 제휴 상점 식별정보, 제휴 개인 식별정보 등으로 구성된다. 상기 제휴 정보를 토대로 고객은 제휴된 상점들을 이용하여 마일리지 또는 쿠폰 등의 프로모션 서비스를 공유할 있다.
- [128] 상기 추천 정보는 추천 정보 식별정보와 추천 개인 식별정보, 추천 내용 정보 등으로 구성되며, 상기 추천 정보는 개인의 요청에 따라 이웃 개인 또는 상점 계정으로 로그인한 사용자가 제공한 것이다.
- [129] 상기 메일 정보는 해당 사용자에게 부여된 우편함에 등록되는 정보들로

구성되며, 상점 또는 개인 식별정보와 메일 내용으로 구성되는 메일, 상품 구매정보, 상품 구매 현황 정보, 재화 또는 서비스에 대한 광고 정보 등으로 구성될 수 있다.

[130]

[131] <상점 정보>

[132] 상기 상점 정보는 상점 기본 정보, 상점 명함 정보, 상점 레이아웃 정보, 재화 또는 서비스 정보, 구매 및 예약 정보, 개인 이웃 정보, 상점 제휴 정보, 상점 잡지 정보 등으로 구성된다.

[133] 상기 상점 기본정보는 상점 식별정보, 인증정보, 주소, 전화번호, 영업시간 정보, 단말기 식별정보, 이메일 주소, 통신 단말기 번호 등으로 구성된다.

[134] 상기 상점 레이아웃 정보는 상점의 레이아웃에 대한 정보와 각 위치에 대한 선호 정보 등으로 구성되어, 레스토랑이나 마사지 샵 등과 같은 서비스 제공 상점의 경우에는 선호 위치를 지정하여 예약할 수 있게 한다.

[135] 상기 상품 정보는 상품 식별정보, 재화 재고 또는 서비스 가능 시간 정보, 상품 가격정보, 상품 상세정보 등으로 구성된다. 상기한 상품에는 재화 또는 서비스가 될 수 있다.

[136] 상기 구매 및 예약 정보는 상품 식별정보, 구매 또는 예약 고객 식별정보, 구매 또는 예약 상품에 대한 현황 정보, 구매 또는 예약 상품에 대한 스케줄 정보 등으로 구성된다.

[137] 상기 개인 이웃 정보는 개인 식별정보, 개인 구매이력정보, 개인 추천 정보, 개인 프로모션 정보 등으로 구성된다. 상기 프로모션 정보는 쿠폰, 마일리지, 구매패턴에 근거한 재구매 광고정보 등으로 구성된다.

[138] 상기 상점 제휴 정보는 상점 식별정보와 해당 상점으로부터 수신한 특정 개인에 대한 프로모션 정보 등으로 구성된다. 상기 프로모션 정보는 쿠폰, 마일리지 등으로 구성된다.

[139] 상기 상점 잡지 정보는 상점 잡지 식별정보와 상점 잡지 내용정보 및 구독정보 등으로 구성된다. 상기 상점 잡지는 해당 상점에서 판매되는 상품에 대한 소개 및 방문 고객에 의해 작성된 후기 등이 포함된다.

[140]

[141] <그외 정보>

[142] 상기 역경매 정보는 역경매 의뢰자 식별정보 및 역경매 상품 및 가격 정보, 역경매 시간정보, 입찰자 식별정보, 입찰가격정보, 낙찰자 식별정보, 낙찰가격정보 등으로 구성된다.

[143] 그리고 상기 폐쇄 전자 거래 정보는 폐쇄 전자 거래를 위한 고객(개인 또는 상점) 식별정보, 폐쇄 전자 거래를 위한 상품 및 가격 정보, 거래 이력 정보 등으로 구성된다. 여기서, 상기 폐쇄 전자 거래는 미리 설정된 개인 또는 상점들간의 비공개 거래를 일컫는다.

[144] 상기 공공 정보는 세탁물 종류에 따른 요금표 정보, 부동산 종합 정보, 비디오

대여 순위 정보, 신간 비디오 및 서적 정보, 교통 트래픽 정보, 지하철/버스 연계 노선안내정보, 항공/철도/고속버스에 대한 노선표 및 시간 안내 정보 등으로 구성된다. 상기 공공 정보는 서비스 서버(100)에 접속한 사용자의 편의를 위한 정보들로 구성된다.

[145] 상기 건강 관리 정보는 헬스케어 정보, 열량 테이블 정보 등으로 구성된다. 상기 건강 관리 정보는 서비스 서버(100)에 접속한 사용자의 편의를 위한 정보들로 구성된다.

[146] 상기 광고 정보는 나이 및 계절에 따른 이벤트성 마케팅 정보, 금융 상품에 대한 안내 정보, 부동산 정보 등으로 구성된다.

[147]

[148] 이제 상기한 가상 동네 서비스 제공 시스템에 적용 가능한 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 가상 동네 서비스 제공 방법을 도 3 내지 도 11을 참조하여 상세히 설명한다.

[149]

[150] <가상 동네 가입>

[151] 먼저 본 발명의 바람직한 가상 동네 서비스에 가입하는 과정을 도 3을 참조하여 설명한다.

[152] 상점 또는 개인 단말기는 상점 계정의 운영자 또는 개인의 가상 동네 가입 요청에 따라 가상 동네 또는 상점 계정에 대한 신설을 요청함과 아울러 기본 정보를 서비스 서버(100)로 전송한다(300,302단계). 상기 기본정보는 가상 동네 또는 상점에 대한 식별정보 및 인증 정보 등이 포함된다.

[153] 상기 서비스 서버(100)는 상기 가상 동네 또는 상점 계정에 대한 신설 요청에 따라 가상 동네 또는 상점 계정을 데이터베이스(102)에 신설하고, 그 계정에 상기 기본 정보를 등록한다(304단계). 상기 데이터베이스(102)에 가상 동네 또는 상점 계정이 신설되면, 해당 가상 동네 또는 상점에 대한 블로그가 생성되며, 그 블로그를 통해 상기 가상 동네 또는 상점 계정에 등록되는 정보들이 안내될 수 있다.

[154] 상기한 바와 같이 가상 동네 또는 상점에 대한 계정을 신설한 후에, 상기 가상 동네 또는 상점의 계정으로의 로그인을 위하여, 상기 상점 또는 개인 단말기는 가상 동네 또는 상점 식별정보와 인증정보로 구성되는 인증 요청 정보를 서비스 서버(100)로 전송한다(306,308단계).

[155] 상기 서비스 서버(100)는 상기 인증 요청 정보를 수신받아 데이터베이스(102)에 등록된 가상 동네 또는 상점 식별정보와 인증정보를 토대로 인증을 이행하고, 그 결과를 반환한다(310단계). 상기한 과정을 토대로 가상 동네 또는 상점에 대한 인증이 이행되면, 상기 서비스 서버(100)는 상기 인증된 가상 동네 또는 상점으로 전송된 메시지 또는 프로모션 정보, 결제이력정보의 등록통지 등 다양한 안내정보를 전송한다.

[156] 상기 가상 동네 또는 상점 계정에 로그인한 사용자는 상기 서비스 서버(100)를

통해 상점 또는 개인에게 이웃 신청을 이행할 수 있다(312,314단계). 즉 상기 가상 동네 또는 상점 계정에 로그인한 사용자는 상점 또는 개인 단말기를 통해 상점 또는 개인을 선택하고, 그 선택된 상점 또는 개인에 대한 이웃 신청을 상기 서비스 서버(100)로 요청한다. 여기서, 상기 이웃 신청을 위한 상점 또는 개인에 대한 식별정보는 직접 입력하거나, 유무선 통신망을 통해 전송받은 명함정보로부터 획득되거나, 상점의 간판 등을 촬상한 정보로부터 인식될 수 있다.

[157] 상기 서비스 서버(100)는 이웃 신청이 요청되면, 선택된 상점 또는 가상 동네의 운영자에게 통합 메시징 서비스(Unified Messaging System) 또는 푸시 noti피케이션(Push notification), 메일링 서비스를 이용하여 이웃 신청을 통지하여 안내한다(316단계).

[158] 상기 이웃 신청 통지에 따라 상기 선택된 상점 또는 가상 동네의 운영자는 자신의 단말기를 통해 상기 서비스 서버(100)에 로그인한 후에 상기 이웃 신청에 따른 이웃 설정 허여를 서비스 서버(100)로 통지할 수 있다(318단계).

[159] 상기 서비스 서버(100)는 이웃 허여가 통지되면, 그 이웃 허여된 상점 또는 개인의 정보를 이웃 요청한 사용자의 계정에 등록함과 아울러 이웃 설정이 완료되었음을 이웃 요청한 사용자에게 통지하여 안내한다(320,322단계). 상기 통지는 통합 메시징 서비스(Unified Messaging System) 또는 푸시 noti피케이션(Push notification), 메일링 서비스를 이용한다.

[160] 또한 상기 가상 동네 또는 상점 계정에 로그인한 사용자는 가상 동네 또는 상점에 대한 정보를 생성하여, 상기 서비스 서버(100)에 제공하여 해당 상점 또는 가상 동네 계정에 추가 등록한다(324,326,328단계). 여기서, 상기 추가 등록되는 상점 정보는 상점 명함 정보, 상점 레이아웃 정보, 재화 또는 서비스 정보, 상점 잡지 정보 등이고, 상기 추가 등록되는 가상 동네 정보는 개인 기본정보, 차량 관리 정보, 개인 잡지 정보, 추천 정보 등이 될 수 있다. 상기한 정보들은 가상 동네 또는 상점에 대응되게 생성된 블로그를 통해 안내될 수 있다.

[161] 상기 정보 중 사용자에게 의해 공개 설정된 정보가 등록되는 정보가 있으면, 상기 서비스 서버(100)는 해당 정보의 등록을 해당 사용자의 이웃 또는 상점으로 등록된 사용자에게 통합 메시징 서비스(Unified Messaging System) 또는 푸시 noti피케이션(Push notification), 메일링 서비스를 통해 실시간 통지한다.

[162]

[163] <가상 동네를 통한 상점 정보 공유>

[164] 이제 가상 동네를 통해 상점 정보를 공유하는 과정을 도 4를 참조하여 설명한다.

[165] 가상 동네 계정으로 로그인한 사용자는 자신의 단말기를 통해 타인의 가상 동네를 방문할 수 있다. 이 경우 두 개인 사이에는 이웃으로 기 설정될 수 있다.

[166] 상기 가상 동네 계정으로 로그인한 사용자는 개인 이웃을 선택하여 상점 정보 공유 요청 메시지를 서비스 서버(100)에 제공할 수 있다(400,402단계). 상기

서비스 서버(100)는 선택된 이웃의 가상 동네 계정에 등록된 상점 정보를 독취하여 전송한다(404단계). 여기서, 상기 상점 정보는 해당 가상 동네 계정의 개인이 이웃으로 설정한 상점에 대한 기본 정보 및 상점 평가정보, 상품 평가정보 등으로 구성될 수 있다.

- [167] 상기 상점 정보를 수신한 사용자의 단말기는 선택된 이웃의 가상 동네 계정에 등록된 상점 정보를 사용자에게 안내한다(406단계).
- [168] 또한 상기 상점 정보를 안내받은 사용자는, 자신의 단말기를 통해 해당 상점에 대한 상세 정보를 서비스 서버(100)로 요청할 수 있다(408,410단계).
- [169] 상기 상점에 대한 상세 정보가 요청되면, 상기 서비스 서버(100)는 선택된 상점의 상점 계정에 등록된 상세정보를 독취하여 전송한다(412단계). 여기서, 상기 상점 계정에 등록된 상점의 상세정보는 상점 기본정보, 상점 명함 정보, 상점 레이아웃 정보, 재화 또는 서비스 정보, 상점 제휴 정보, 상점 잡지 정보 등이다.
- [170] 상기 상점 계정에 등록된 상점 상세정보를 수신받은 단말기는 상기 상점의 상세정보를 사용자에게 안내한다(414단계).
- [171] 이후 상기 상점 계정에 등록된 상점 상세정보를 안내받은 사용자는 자신의 단말기를 통해 서비스 서버(100)로 선택된 상점에 대한 이웃 설정을 요청할 수 있다. 이 경우 상기 단말기는 선택된 상점의 식별정보를 포함하는 이웃 설정 요청 메시지를 상기 서비스 서버(100)로 전송한다(416,418단계).
- [172] 상기 이웃 설정 요청 메시지를 수신한 서비스 서버(100)는 선택된 상점의 상점 단말기로 이웃 설정 요청 메시지를 통지한다. 상기 통지에 따라 상기 상점 단말기는 운영자의 요청에 따라 이웃 설정을 허용할 수 있다(420,422단계). 상기 이웃 설정 허용이 통지되면, 상기 서비스 서버(100)는 이웃 설정 허용된 상점의 정보를 이웃 설정 요청한 개인 계정에 등록함과 아울러 이웃 설정 완료를 해당 개인으로 통지하여 안내한다(426단계). 여기서, 상기 통지는 통합 메시징 서비스(Unified Messaging System) 또는 푸시 noti피케이션(Push notification), 메일링 서비스를 이용한다.
- [173] 상기한 이웃 설정에 대한 정보가 등록되면, 상기 서비스 서버(100)는 해당 정보의 등록을 해당 사용자의 이웃 또는 상점으로 등록된 사용자에게 통합 메시징 서비스(Unified Messaging System) 또는 푸시 noti피케이션(Push notification), 메일링 서비스를 통해 실시간 통지한다.
- [174]
- [175] <구매 정보 등록>
- [176] 이제 상기한 가상 동네를 통한 구매 정보 등록 과정을 도 5의 흐름도를 참조하여 설명한다.
- [177] 상기 상점 계정으로 로그인한 사용자는 오프라인 또는 온라인을 통한 구매가 발생되면, 그 상점의 식별정보 및 재화 또는 서비스를 구매한 개인의 식별정보와, 재화 또는 서비스 식별정보, 가격정보, 일시정보, 서비스 이용시간

정보 등을 포함하는 구매정보를 생성하여 서비스 서버(100)에 제공한다(500,502단계). 상기 서비스 서버(100)는 상기 구매정보가 수신되면, 상점 및 개인 식별정보에 대응되는 계정에 각각 등록한다(504단계).

[178] 이후 상기 서비스 서버(100)는 개인 식별정보의 가상 동네 계정에 포함된 가게부에 구매정보를 지출정보로 저장함과 아울러, 구매 이력 정보에 정보에 등록함과 아울러 개인 단말기로 구매정보의 등록을 통지하여 안내한다. 여기서, 상기 개인은 상기 서비스 서버(100)에 접속하여 자신의 가상 동네 계정에 상기 구매정보에 대응되는 만족도 또는 후기 정보를 등록할 수 있다.

[179] 또한 상기 서비스 서버(100)는 상기 구매정보에 따라 상기 상점 계정의 재고를 감소시키거나 예약 가능 시간 정보를 갱신한다. 또한 상기 서비스 서버(100)는 상기 재고값이 미리 정해진 값 이하이면 상품 공급처 단말기(108)로 재고 소진에 따른 해당 재화에 대한 주문을 통지한다(504,506,508,510단계). 이와 같이 본 발명의 서비스 서버는 SCM(Supply Chain Management)를 제공하여, 영세규모의 상점에 대한 재고 관리 및 물품 주문에 대한 자동화가 이루어질 수 있게 한다.

[180] 상기 상점 단말기는 구매 상품에 대한 현황정보가 생성되면(512단계), 상기 현황정보를 서비스 서버(100)에 전송한다(514단계). 상기 현황정보는 세탁물의 경우에는 세탁물의 세탁 상태, 배달 요리의 경우에는 요리 상태, 주문 제작 상품의 경우에는 제작 상태 등이 될 수 있고, 상기 현황정보에는 상점 식별정보와 개인 식별정보와 현황정보가 포함된다.

[181] 상기 서비스 서버(100)는 상기 구매상품 현황정보를 상점 및 개인 식별정보에 따른 상점 정보 및 가상 동네 정보에 등록함과 아울러, 해당 개인의 개인 단말기로 통지하여 고객에게 안내한다(516,518단계).

[182] 상기 상점 단말기는 구매 상품에 대한 스케줄 정보가 생성되면(520단계), 상기 스케줄 정보를 서비스 서버(100)에 전송한다(522단계). 상기 스케줄 정보는 세탁물의 경우에는 배달 시간, 서비스 이용 시간 등이 될 수 있고, 상기 현황정보에는 상점 식별정보와 개인 식별정보와 스케줄 정보가 포함된다.

[183] 상기 서비스 서버(100)는 상기 구매상품 스케줄 정보를 상점 및 개인 식별정보에 따른 상점 정보 및 가상 동네 정보에 등록함과 아울러, 해당 개인의 개인 단말기로 통지하여 고객에게 안내한다(524,526단계).

[184] 상기한 구매상품에 대한 스케줄 정보를 수신받은 개인은 서비스 서버(100)의 가상 동네 계정에 로그인하여 스케줄 변경을 요청할 수 있으며, 이 경우 개인은 개인 단말기를 통해 구매상품에 대한 스케줄 변경을 서비스 서버(100)로 요청할 수 있다(528단계). 상기 구매 상품에 대한 스케줄 변경이 요청되면, 상기 서비스 서버(100)는 구매 상품에 대한 스케줄 변경을 상점 단말기로 통지하여 안내하며(530단계), 상기 상점 단말기를 통해 상점 계정의 운영자는 구매 상품 스케줄 변경을 하여할 수 있다(532단계). 상기 상점 단말기를 통해 구매 상품 스케줄 변경 하여 정보가 수신되면, 상기 서비스 서버(100)는 구매 상품 스케줄을 변경 등록함과 아울러 구매 상품 스케줄 변경을 개인의 개인 단말기를 통해

통지하여 안내한다(534,536단계).

- [185] 한편 상기 개인은 자신의 가상 동네 계정에 로그인하여 가상 동네 정보의 상점 이웃 정보에 추가정보를 등록할 수 있다. 즉, 개인 식별정보에 대응되는 가상 동네 계정에 상점 또는 해당 상점에서 구매한 구매상품에 대한 후기 또는 평가 등에 대한 정보의 등록을 서비스 서버(100)에 요청할 수 있다(538,540단계). 상기 상점 또는 해당 상점에서 구매한 구매상품에 대한 후기 또는 평가 등에 대한 정보 등록 요청이 발생되면, 상기 서비스 서버(100)는 해당 개인 식별정보에 대응되는 가상 동네 계정에 상점 또는 해당 상점에 대한 구매 상품에 대한 추가정보를 등록한다(542단계).
- [186] 상기한 구매상품에 대한 추가정보의 등록이 등록되면, 상기 서비스 서버(100)는 해당 정보의 등록을 해당 사용자의 이웃 또는 상점으로 등록된 사용자에게 통합 메시징 서비스(Unified Messaging System) 또는 푸시 noti피케이션(Push notification), 메일링 서비스를 통해 실시간 통지한다.
- [187]
- [188] <프로모션 및 메일링>
- [189] 이제 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 프로모션 및 메일링 서비스를 도 6을 참조하여 설명한다.
- [190] 상기 상점 단말기는 상점 계정의 운영자의 요청에 따라 프로모션 정보를 이웃 설정된 개인 또는 서비스 서버(102)에 등록된 개인에게 전송하도록 요청할 수 있다(600,602단계. 상기 프로모션 정보는 개인에 대한 구매이력을 토대로 한 CRM(Customer Relationship Management)을 통해 생성될 수 있다. 즉, 해당 상점에서 판매하는 상품에 대한 광고, 쿠폰, 또는 제휴 상점과의 통합 마일리지 안내, 또는 보험 설계 안내, 또는 연령 및 패턴에 따라 티에이지의 금융 교육, 커피 펀드, 교육펀드, 가가용 펀드, 하비 펀드, BMW 펀드 등을 안내하는 사이보스 플랫폼의 장점을 이용한 정보 서비스를 제공하거나, 부동산 종합정보, 부동산 커뮤니티 형성에 따른 정보 서비스, 부동산 펀드의 소개 및 판매안내, 컨설팅 제공, 부동산 분석 틀을 통한 부동산 분석 정보, 아파트 비교정보, 오피스텔 수익률 분석정보, 이사지원 정보, 부동산 공시지가를 위한 세금 안내정보, 자동차 보험 안내정보, 오일타이어, 브레이크, 펜 벨트, 타이밍 벨트 등의 소모품에 대한 교환시기 안내정보, 중고차 옵션 매매정보, 차량 유지 보수 업체정보, 교통 트래픽 정보, 이동 소요시간 정보 등의 차량 관리를 위한 안내 등이 될 수 있다.
- [191] 이와 같이 상기 상점 계정의 운영자는 개인의 연령 또는 패턴, 구매 이력 정보를 해당 개인이 요구하는 상품의 구매를 안내하는 프로모션 정보를 생성하여 입력할 수 있다.
- [192] 상기 프로모션 정보를 수신한 서비스 서버(102)는 상점 단말기를 통해 선택된 개인에게 상기 프로모션 정보를 등록함과 아울러 해당 개인 단말기로 통지하여 안내한다(604,606단계).

- [193] 또한 가상 동네 또는 상점 계정으로 로그인한 사용자는 서비스 서버(100)에 이웃 설정된 개인 또는 상점으로의 메일 전송을 요청할 수 있다(700단계). 상기 서비스 서버(100)는 메일 정보가 수신되면, 그 메일 정보를 선택된 개인 및 상점 식별정보에 대응되는 계정의 메일정보에 등록함과 아울러 메일 등록을 해당 개인 또는 상점 계정에 등록된 단말기로 통지한다(704,706단계). 상기한 메일링 서비스를 통해 상점은 구매된 상품에 대한 현황정보나 스케줄 정보를 제공할 수도 있고, 상품에 대한 안내정보를 제공할 수도 있고, 안부를 전달할 수 있다. 또한 개인은 이웃과의 안부 또는 상점 추천 등을 요청할 수 있다. 또한 상기 통지는 통합 메시징 서비스(Unified Messaging System) 또는 푸시 noti피케이션(Push notification), 메일링 서비스를 이용한다.
- [194] 또한 개인 또는 상점 계정으로 등록한 사용자는 상기 메일 정보의 등록 통지에 따라 개인 또는 상점 계정으로 로그인하여 해당 메일의 수신을 요청할 수 있다(708,710단계). 이러한 요청에 따라 상기 서비스 서버(100)는 해당 개인 또는 상점 계정에 등록된 메일 정보를 개인 또는 상점 단말기로 전송하여 안내한다(712,714단계).
- [195]
- [196] <잡지 및 정보 서비스>
- [197] 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 잡지 및 정보 서비스를 도 7을 참조하여 설명한다.
- [198] 상기 개인 또는 상점 계정으로 로그인한 사용자는 자신의 단말기를 통해 잡지 또는 정보지의 등록을 서비스 서버(100)에 요청할 수 있다(800,802단계). 상기 요청에 따라 상기 서비스 서버(100)는 상기 개인 또는 상점 단말기가 제공하는 잡지 또는 정보지 정보를 입력받아 해당 개인 또는 상점 계정에 등록하며, 이웃으로 설정된 개인 또는 상점 단말기로 상기 잡지 또는 정보지의 등록을 통지하여 안내한다(804,806,808단계). 여기서, 상기 잡지 또는 정보지는 오토 웹진을 통해 상점을 지정하면 해당 상점 계정에 등록된 정보가 웹진으로 자동구성할 수 있다.
- [199] 상기 잡지 또는 정보지의 등록 안내에 따라 이웃으로 설정된 개인 또는 상점 계정으로 로그인한 사용자가 자신의 단말기를 이용하여 개인 또는 상점 계정의 운영자의 요청에 따라 잡지 또는 정보지를 요청하면, 상기 서비스 서버(100)는 해당 잡지 또는 정보지를 전송함과 아울러 해당 개인 또는 상점에 의한 구독 여부정보를 구독정보에 등록한다(810,812,814,816단계).
- [200] 상기 서비스 서버(100)는 잡지 또는 정보지를 발행한 개인 또는 상점 계정으로 로그인한 사용자의 단말기를 통한 구독정보 요청에 따라 개인 또는 상점 단말기로 전송하여 안내한다(818,820,822,824단계).
- [201]
- [202] <자산 관리>
- [203] 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 자산 관리 서비스를 도 8을 참조하여

설명한다.

- [204] 상기 개인 또는 상점 단말기는 개인 또는 상점 계정의 운영자의 요청에 따라 자산 관리 등록을 서비스 서버(100)에 요청할 수 있다(900,902단계). 상기 서비스 서버(100)는 개인 또는 상점 단말기를 통해 자산 관리 등록을 위한 정보를 제공받아 금융기관 서버(202)에 자산 관리 등록을 요청한다(904단계). 상기 금융기관 서버(202)가 상기 요청에 따라 해당 개인 또는 상점 계정의 운영자에 대한 자산관리 등록을 이행한 후에 해당 개인 또는 상점 계정의 운영자에 대한 자산정보를 서비스 서버(100)에 제공한다(906단계)
- [205] 상기 서비스 서버(100)는 금융기관 서버(202)로부터 자산정보가 수신되면, 이를 해당 가상동네 또는 상점의 계정에 등록한다(908단계).
- [206] 또한 상기 자산관리 등록에 따라 상기 금융기관 서버(202)는 자산정보가 변경될 때마다 자산정보 변경정보를 상기 서비스 서버(100)로 전송하며(910,912단계), 상기 서비스 서버(100)는 금융기관 서버(202)로부터 자산정보 변경정보가 수신될 때마다 이를 이용하여 해당 가상 동네 또는 상점의 계정의 자산정보를 갱신한다(914단계).
- [207] 또한 상기 개인 또는 상점 단말기는 가상 동네 또는 상점 계정으로 로그인한 사용자의 요청에 따라 자산 재구성을 서비스 서버(100)에 요청할 수 있다(916,918단계). 상기 서비스 서버(100)는 재산재구성 요청에 따라 자산 재구성 정보를 생성하여 개인 또는 상점 단말기로 제공하여 안내한다(920단계).
- [208] 또한 상기 개인 또는 상점 단말기는 가상 동네 또는 상점 계정으로 로그인한 사용자의 요청에 따라 퇴직 관리를 서비스 서버(100)에 요청할 수 있다(924,926단계). 상기 서비스 서버(100)는 퇴직 관리 요청에 따라 퇴직 관리 정보를 생성하여 개인 또는 상점 단말기로 제공하여 안내한다(928단계).
- [209]
- [210] <역경매>
- [211] 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 역경매 방법을 도 9를 참조하여 설명한다.
- [212] 상기 개인 단말기는 가상 동네 계정으로 로그인한 개인의 요청에 따라 역경매를 서비스 서버(100)로 신청하며(a00,a02단계), 상기 서비스 서버(100)는 상기 상품 및 가격정보를 포함하는 역경매 정보가 수신되면(a04단계), 상기 역경매 정보를 데이터베이스(102)에 등록함과 아울러 해당 상품에 대한 상품정보를 등록한 상점의 상점 단말기로 통지하여 안내한다(a06단계).
- [213] 상기 역경매 상품의 등록 안내에 따라 상기 상점 계정의 운영자가 상점 단말기를 통해 역경매 정보를 요청하면(a08,a10단계), 상기 서비스 서버(100)는 역경매 정보를 전송하여 안내한다(a12,a14단계).
- [214] 상기 역경매 정보에 따라 상점 계정의 운영자가 상점 단말기를 통해 입찰을 이행하면(a16단계), 상기 서비스 서버(100)는 상점 단말기로부터 제공되는 입찰정보를 데이터베이스(102)에 등록하며(a20단계), 경매 시간의 경과 또는 입찰자의 희망 금액 등에 도달됨에 따라 경매 마감이 되면(a22단계) 낙찰 또는

유찰 정보를 입찰자의 개인 단말기 및 상점 단말기로 전송하여 안내한다(a24,a26,a28단계). 이와 같이 본 발명은 이벤트 드리븐과 같이 사용자가 거래하고자 하는 물건을 등록하면 시간으로 호가가 나타나게 되어 거래가 이루어지게 한다. 특히 자동 주문을 통해 원하는 물건이 시장에 나오면 자동으로 구매를 이행하도록 구성할 수도 있다.

[215]

[216] <폐쇄 전자 거래>

[217] 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 폐쇄 전자 거래 방법을 도 10을 참조하여 설명한다.

[218] 상점 또는 가상 동네 계정으로 등록한 사용자가 자신의 단말기를 통해 폐쇄 전자 거래를 서비스 서버(100)에 요청할 수 있다(b00,b02단계).

[219] 상기 폐쇄 전자 거래가 요청되면 상기 서비스 서버(100)는 폐쇄 전자 거래 정보를 등록함과 아울러 지정된 상점 또는 개인으로 폐쇄 전자 거래의 등록을 통지하여 안내한다(b14,b16단계).

[220] 상기 폐쇄 전자 거래의 등록 안내에 따라 상점 계정 또는 가상 동네 계정으로 로그인한 사용자가 자신의 단말기를 통해 거래정보를 전송하면, 상기 서비스 서버(100)는 거래정보 등록 및 거래정보 등록을 폐쇄 전자 거래를 요청한 상점 또는 개인 단말기로 통지하여 안내한다(b18,b10,b12,b14단계).

[221] 상기 거래정보 등록 통지에 따라 상점 계정 또는 가상 동네 계정으로 로그인한 사용자가 자신의 단말기를 통해 거래 승인을 통지하면(b16,b18단계), 상기 서비스 서버(100)는 거래 승인 정보를 등록함과 아울러 거래 승인정보의 등록을 거래 정보를 전송한 상점 또는 개인 단말기로 통지하여 안내한다(b20,b22단계). 이러한 폐쇄 전자 거래는 부동산 중개업 등을 이행하는 사용자들 사이의 비공개의 폐쇄 거래를 제공한다.

[222]

[223] <상점 제휴>

[224] 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 상점 제휴 방법을 도 11을 참조하여 설명한다.

[225] 상점 단말기는 상점 계정으로 로그인한 사용자의 요청에 따라 상점을 선택받아 서비스 서버(100)로 제휴를 요청한다(c00,c02단계). 상기 서비스 서버(100)는 선택된 상점에 대한 제휴 요청을 선택된 상점 계정에 등록된 상점 단말기로 통지하여 상점 계정의 운영자에게 안내한다(c04,c06단계).

[226] 상기 안내에 따라 상점 계정의 운영자가 상점 계정으로 로그인하여 상점 단말기를 통해 제휴 승인을 이행하면(c08,c10단계), 상기 서비스 서버(100)는 상점간 제휴 정보를 등록함과 아울러 제휴 상점들에 이웃으로 등록된 개인 계정으로 양 상점간의 제휴를 통지하고 이웃 설정을 유도하는 안내정보를 전송하여 안내한다(c12,c14단계).

[227] 상기 상점간 제휴 안내에 따라 개인이 개인 단말기를 통해 이웃

설정하면(c16,c18,c20단계), 상기 서비스 서버(100)는 이웃을 등록함과 아울러 제휴 상점들간 프로모션 정보를 공유하게 한다(c22단계). 이와 같이 본 발명은 영세규모의 상점간의 제휴를 통해 연합 프로모션을 가능하게 함으로써, 대규모 상점에 의한 프로모션에 대응할 수 있게 한다.

- [228] 상기 프로모션 정보는 포인트 쿠폰이나, 마일리지 정보 등이거나, 제휴 상점의 상품들을 모아 형성한 세트 상품의 할인 판매, 게릴라 판매 등에 대한 정보일 수 있다. 이와 같이 쿠폰이나 마일리지 정보를 공유함으로써, 제휴된 상점들은 고객에게 하나의 거대 상점에서의 판매서비스를 제공하는 것과 동일한 효과를 줄 수 있다.

[229]

발명의 실시를 위한 형태

- [230] 이러한 본 발명에 따른 가상동네 서비스의 활용예에 대해 좀더 설명한다.

- [231] 본 발명은 PC와 PC끼리 커뮤니케이션(P2P) 하는 실시간 커뮤니티 시스템인 R가상 동네를 통해 상점(SOHO; Small Office Home Office)와 가정에 있는 PC(가상 동네 프로그램)끼리 서로 네트워킹(Networking)하는 새로운 개념의 커뮤니티를 창조한다.

- [232] 상기 가상동네의 역할은 크게 두가지로 나뉘며, 첫째는 개인의 자산을 종합적으로 관리해주는 종합자산관리이고, 둘째는 실시간 커뮤니티 기능이다.

- [233] 즉, 개인 사용자는 은행, 증권, 보험, 카드는 물론 이동통신, 각종 공과금 등의 잔고나 거래 내역 조회, 마일리지를 파악하고, 에셋 재구성(Asset allocation)을 이용한 최적 자산 분배를 PC를 통해 한다.

- [234] 일단 많은 사람들에게 시스템이 보급되면, 이 시스템이 가지고 있는 또 다른 기능인 실시간 커뮤니티가 활발하게 이루어지게 된다. 그리고 상점마다 고유의 가상 동네 주소를 간판이나 홍보물에 표시해 두면, 소비자가 가정이나 사무실에서 원하는 상점과 일촌 맺기를 시도하는(소비자가 필요한 가게를 선택) 소비자 중심의 커뮤니티가 형성된다.

- [235] 상기 상점과 가정(소비자)이 서로 일촌 관계를 맺기만 하면, 소비자가 PC를 켜는 순간부터 인근 동네 모든 상점과 실시간으로 연결되어 상점이 제공하는 다양한 실생활 정보를 집에서 가만히 앉아서 볼 수 있다. 이에 따라 인터넷을 일일이 찾아 다니거나 발품을 팔아 가며 이 가게 저 가게를 다니지 않아도 필요한 일 처리나 정보를 얻을 수 있어 매우 편리한 세상이 된다.

- [236] 인터넷 보급율은 세계 최고 수준이지만 실제 인터넷이 실생활에서 활용되는 것은 게임, 포털 등 일부를 제외하고는 거의 없는 것이 현실이다. 각 상점에 맞는 CRM 등의 인프라를 제공하면 상점의 고객관리가 지금보다 훨씬 더 좋아지게 됨으로써 우리에게 더 나은 삶을 제공하는 계기가 될 것이다.

- [237] 특히, 본 발명은 40, 50 대의 인터넷이나 PC 거부감을 해소하기 위해 익숙한 디자인을 제공하며, 10, 20 대의 행동 패턴을 분석하여 그에 대응되는 정보,

틴에이지 금융 교육이나, 커플 펀드, 교육 펀드, 자가용 펀드, Hobby 펀드, BMW 펀드를 제공하며, 사이보스 플랫폼의 장점을 이용한 신개념의 포탈을 제공하며, 킥큰과 같은 개인용(SOHO) 자산관리 시스템을 제공하며, 자산 재구성 및 가계부를 제공하며, 은행, 증권, 보험, 카드 등 모든 금융기관과의 연결을 가능하게 한다.

[238] <제1 활용예>

[239] 본 발명의 제1활용예를 설명한다.

[240] 두부(콩나물 등) 적기에 싸게 구매할 수 있다. 과거에는 늦게 가면 다 팔리고 없어서 다른 가게로 발품을 파는 경우가 많았는데, 이는 상점에서 물건이 팔리지 않을 것을 걱정해 소량의 두부만 준비해 두기 때문이다. 그러나 본 발명에 따른 가상 동네에서는 소비자가 실시간으로 두부 예약이 가능하기 때문에 상점은 적정 재고 관리가 가능해져서 소비자가 두부를 못 사는 경우나 상점에서 두부가 없어서 못 팔거나(매출증대) 혹은 다 팔리지 않아서 손해 보는 경우가 없어진다.

[241] 따라서 상점은 소비자들의 구매실패율이 없어서 매출이 증대되고 재고 리스크가 없어지기 때문에 두부를싼 값에 제공 가능해져 소비자는 저렴한 가격으로 편하게 두부를 구매할 수 있게 된다. 또 두부 공장과 가게가 서로 SCM(Supply Chain Management)으로 연결되므로, 상점에서 두부 한 모가 팔릴 때마다 그 내용이 두부 공장에 실시간으로 전달되고, 두부 공장은 싱싱한 두부를 적기에 필요한 만큼 생산하여 가게에 공급할 수 있게 된다. 결국 두부 공장은 거래관계에 있는 가게들과 실시간으로 연결되어 실시간 생산 및 재고 관리가 되므로 원가를 낮출 수 있게 된다. 낮추어진 비용의 일부는 결국 소비자에게 되돌아 가게 된다. 이러한 이유로 월마트나 텔컴퓨터가 재고를 아예 없앴으로써 저가시장을 만들 수 있었다.

[242] 또한 영세한 동네 상점들은 특정 상품에 대해서 소비자와 공급자를 하나로 묶어 월마트와 대응할 수 있게 될 것이다.

[243] 작은 점포의 연합은 이마트 등과 같은 대형 상점과의 경쟁을 가능하게 한다. 즉, 특정 상품 싸게 파는 전문가게 네트워크를 구축할 수 있게 하는 것이다. 즉, 화장지 1개를 이마트 가격으로 파는 집이라는 광고정보를 자신이 입점된 가상 동네에 등록함으로써, 가상동네의 사용자들을 통해 집단구매를 가능하게 할 수 있다. 대형 마트의 경우 화장지를 낱개로 팔지 않고 묶음으로 팔기 때문에 월마트가 가지고 있어야 할 재고를 가정에서 가지게 되는데 반해, 가상 동네에서는 필요한 만큼만 동네 상점에서 구매할 수 있기 때문에 필요 없는 물건을 구입해서 가정에 쌓아 둘 필요가 없게 한다. 이에따라 가정에서 재고를 가지지 않게 되어 돈도 절약되고 당장 쓰지 않아도 될 물건을 선반에 쌓아 두지 않게 되어 집안도 깔끔해 질 수 있다.

[244] 이와 같은 가상 동네가 활성화 되면 예상치 못했던 많은 일들이 일어나게 될 것이다. 소비자와 가상 동네 구성원들이 매일 새로운 아이디어를 쏟아낼 것이기 때문이다. 실시간이 가져오는 편리함은 e동네의 핵심 경쟁력이 될 것이다.

[245] <제2활용예>

[246] 다양한 상점에서 본 발명이 활용되는 예를 설명한다.

[247] 세탁소에서는 세탁물 처리현황(세탁물 현황, 배달 예정 시간, 현재 위치<처리 과정> 등)과 세탁물 꼬리표 달기(등록),(세탁물별)거래내역, 요금표를 제공할 수 있다.

[248] 그리고 병원에서는 진료내역조회, 예약, 예방 접종 안내(나이, 계절적 요인 등 이벤트 마케팅) 환자 본인 상태 입력, 원격 상담/진찰, 연말정산자료, 진단서 등 서류발급을 제공할 수 있다.

[249] 그리고 부동산에서는 부동산 종합화면(아파트 동호수를 입력하면 현재가, 학군, 역세권, 학원, 차트, 거래내역, 관련 시황정보 등 모든 내용을 한화면에 정리해서 제공), 부동산 커뮤니티 (중개업자간, 중개업자/고객간,고객간), 부동산 펀드 소개 및 판매, 부동산 전문가와 컨설팅 계약으로 유료/무료 카운셀링 서비스, 부동산 분석 툴(미래 수익률 시뮬레이션), 아파트 비교하기, 오피스텔 수익률 분석 등, 이사정보 지원(지금 아파트를 팔고 넓은 평수 이사하기, 좋은 학군으로 이동시 추가 비용 계산), 다양한 분석정보(가장 많이 오른 지역/아파트, 가장 안 오른 종목, 거래량 급등 종목, 시가 급등 종목, 테마 수혜 지역 등), 부동산 공시지가를 이용한 세금 계산(다주택보유, 상속, 증개, 양도, 취득등록세, 재산세, 종부세 등), 관심 있는 정보, 가격 등 입력 후 이벤트 발생시 자동 통보(UMS), 매물 정보, 블로그, UMS(sms, e동네, 메일 등) 서비스, 전자 칠판을 이용한 실시간 상담(collaboration), 인공 위성 지도, 각종 시간 예약, 고객이 등록한 아파트 가격 정보 실시간 전달(관심종목), 매물 사진/동영상/다양한 자료 제공, 지역/전국구 중개업자 1촌 커뮤니티 구축, 매물정보 교환 등, 아파트 랭킹(브랜드, 교육, 교통, 주변 환경 등) 정보, 국세청 공시지가를 제공할 수 있다.

[250] 그리고 학원에서는시간표, 성적관리, 학원 행사, 강의 시간 안내/변경, 등급관리 및 안내, 인근 학교 대학 진학 현황, 지역별 학생 현황, 교수진 소개를 제공할 수 있다.

[251] 그리고 인근 증권, 은행 지점, 보험 영업소 등은, 각종 금융상품 안내, 이벤트, 투자설명회를 제공할 수 있다.

[252] 그리고 비디오가게에서는 대여순위, 연령별 대여순위, 고객취향별 신간 비디오, 신간 서적, 대여현황 및 내역조회, 잔액, 블로그 서비스, 시청소감, 미리보기를 제공할 수 있다.

[253] 그리고 음식점에서는 메뉴 소개, 조리 시간, 인원/예산/행사성격에 맞는 맞춤 메뉴 선정, 주문접수/조리/배달 (예정)시간 조회, 음식별 칼로리, 재료 소개, 거래 내역, 이벤트를 제공할 수 있다.

[254] 그리고 본 발명의 가상 동네 서비스 제공 시스템은 건강 도우미 시스템을 구비하며, 상기 건강 도우미 시스템은 하루에 섭취하는 열량을 자동으로 계산, 소비 열량 관리, 체중 변화, 헬스케어 시스템 구축/연계, 운동 시간 및 종류에 따른 에너지 소비량 제공, 특정 식품 열량 테이블 제공(김치찌개, 소고기 1인분

등), 종합적인 건강관리 프로그램을 지속적으로 만들어서 제공한다.

- [255] 그리고 본 발명의 가상 동네 서비스 제공 시스템은 이동, 자동차 관련 종합화면을 제공하며, 이를 통해 자동차 보험 및 각종 세금 관리 프로그램 제공, 보험금 지급내역 및 자동차 관련 사고 처리 내역 조회, 가장 저렴한 자동차 보험료 제공, 차계부 작성, 마일리지 입력, 각종 오일 교체 시기 안내, 타이어, 브레이크, 펜 벨트, 타이밍 벨트 등 교체 시점 자동 알림, 중고차 옥션 매매 서비스 제공, 동호회 네티즌, 차량 유지보수 업체 및 거래 내역 조회, 일촌/동호회끼리 정보 교환으로 가장 저렴하게 유지보수 가능, 지도/교통 서비스 제공(최단 거리 찾아 가기 등), 교통 트래픽 제공(실시간-MOZEN), From/To 지정하면 지하철/버스 노선 자동 안내, 국내 항공편 및 고속 버스 노선표 안내, 철도 시간 안내, 최적 이동 수단 안내(집-서울역-대전역-버스-목적지), 이동 소요시간 안내, 전국 대도시->중,소도시 순으로 항공기/버스/지하철 노선 네비게이션을 제공한다.
- [256] 그리고 각 상점에는 실시간 사용자 모니터링 화면 제공하여, 실시간으로 고객에게 정보, 이벤트 행사정보를 제공한다.
- [257] 또한 고객은 오토 웹진을 설계할 수 있으며, 즉 상점만 지정하면 각 가게(SOHO)에서 제공하는 정보가 웹진으로 제공된다.
- [258] 상기한 본 발명의 가상 동네 서비스 제공 시스템은 디지털TV, 핸드폰, PDA, PC 등 다양한 매체 활용으로 스며들 수 있는 환경을 제공한다. 즉, 핸드폰 사용시 이용률 급증, 디지털 TV 이용 시 활용도 급증하고, 홈 오토메이션의 킬러 어플리케이션이 되어, 이벤트 드리븐, 멀티 플레잉, 종합 자산관리, 가상 동네가 제공된다. 또한 소규모 상점에 적합한 CRM 등 기업S/W 제공되며, 그 기업 S/W은 회계, 급여 S/W 와 연계된다.
- [259] <제3활용예>
- [260] 2남1녀를 둔 가정 주부인 홍나희씨는 남편과 애들을 직장파 학교로 보내고 PC를 켜고 가상 동네에 로그인한다. 상기 가상 동네가 단말기에 나타나면서, 앞동에 사는 철수 엄마로부터 오늘 오후에 인근 할인마트에서 벌어지는 행사에 같이 가자는 메모를 확인한다. 또 몇일 전에 지금 살고 있는 아파트가 좁아서 좀 더 큰 아파트에 대해 문의한 적이 있는 복덕방에서 온 메시지를 발견하고 열어 본다. 지금 아파트를 전세를 놓고, 새 아파트로 전세를 갈 경우 인근 지역의 아파트 전세 가격을 잘 정리한 보고서를 보게 된다. 거기에는 학군과 역세권에 대한 등급을 매긴 정보 등 의사 결정 하는데 도움될 만한 정보들이 많이 있었다. 물론 발품을 팔아가며 복덕방을 방문하지 않았다. 1촌 맺기를 한 복덕방에 e동네를 통해 궁금한 내용을 질의하였던 것이다. 한편, 복덕방에서는 홍나희씨가 접속을 하였다는 메시지가 자동으로 모니터링화면에 나타나면서 "좋은 아침입니다. 홍나희 고객님! 보내드린 자료가 많은 도움이 되었으면 좋겠군요. 몇 군데 매물로 나와있는 집에 있는데 원하시는 방문 시간을 몇 개 남겨주시기 바랍니다. 괜찮으시다면 다음 시간 중에 하나를 선택하셔도 됩니다"라는

메시지가 자동으로 홍나희씨에게 전달된다. 홍나희씨는 실시간으로 전달되는 복덕방 메시지를 보고 오늘 오후 할인마트를 다녀 온후 철수 엄마와 같이 방문하는 게 좋다는 생각을 하고 실시간 공유 파일박스에 이런 내용을 저장한다. 물론 철수 엄마에게 UMS를 통해 sms를 보낸다. 철수 엄마는 sms를 받은 후 전화 확인을 할까 하다가 공유파일에 정보가 있다는 메시지를 읽은 후 PC로 가서 가상 동네를 켜다. 가상 동네 화면에는 홍나희씨의 공유파일이 자동으로 실행되어 싸이월드의 개인홈피처럼 홍나희씨의 공유화면이 나타나면서 오늘 오후 같이 아파트를 보러 가자는 내용과 그간 복덕방에서 받았던 메일을 보게 된다. 철수 엄마는 공유화면을 통해 그렇게 하자는 메시지를 보낸다.

- [261] 홍나희씨는 복덕방외에도 세탁소에 맡겼던 세탁물이 세탁 공장으로 보내진 날짜와 내일 오후 집으로 배달 예정이라는 메시지를 보게 된다. 이 메시지는 세탁소에 있는 가상 동네 서비스 제공 시스템의 CRM과 ERP 시스템이 자동으로 작성에서 고객들에게 전달한 메시지이다. 상기 가상 동네 서비스 제공 시스템에는 세탁소 운영에 맞는 CRM 시스템과 ERP 시스템이 내장되어 있어서 많은 부분의 업무처리를 자동으로 수행한다. 이는 마치 DHL이 배달될 물건이 어떻게 처리되고 있는지 인터넷에서 고객들이 조회할 수 있도록 하는 것과 같은 것이다. 이와 같은 서비스는 세탁소와 같은 SOHO에서는 꿈도 꿀 수 없었던 서비스였다. DHL처럼 대기업에서나 서비스 가능한 시스템을 세탁소와 같은 영세 업체에서도 간단하게 사용할 수 있는 시대가 되었다. 이 모든 게 ADSL과 인터넷이 주는 혜택인 것이다. 홍나희씨는 배달 예정일인 내일 오후에는 외출 계획이 있다고 가상 동네 스케줄러가 알려주는 바람에 세탁소에 회신을 보낸다. 내일 오전이나 그 다음날 오전에 세탁물을 보내 달라는 내용이다. 이 메시지는 세탁소의 가상 동네 시스템에 자동으로 업데이트되어 배달 스케줄을 내일 오후에서 모레 아침으로 바꾼다. 내일 아침에는 배달 스케줄이 없기 때문이다. 홍나희씨는 이번 주말에 지난해 입던 겨울 옷을 꺼내서 정리하려고 하는데 그 중에 어떤 것을 세탁해야 할지 알고 싶어한다. 지난 겨울에 세탁소를 이용한 거래 내역을 보고 싶어 세탁소의 가상 동네 거래 DB를 보게 된다. 남편 양복은 올 봄에 전부 세탁되었다는 것을 확인했고, 대학 다니는 큰아이 옷은 세탁하지 않았다는 것을 알게 된다. 큰애는 본인이 알아서 세탁소에 옷을 맡겨 왔기 때문에 세탁 유무를 알기 어렵다. 세탁소에 옷을 맡길 때, 누구 옷인지, 어떤 옷인지를 미리 입력해 두었기 때문에 무엇을 세탁해야 할지 고민하지 않아도 된다. 심지어 옷가지마다 세탁한 거래 내역을 볼 수 있을 정도이다. 이와 같이 가정과 세탁소, 세탁 공장을 하나의 가치사슬로 묶을 수 있다. 마찬가지로 비디오가게, 음식점, 병원, 관공서 등 동네에 있는 모든 상점과 가정을 가상 세상으로 하나로 묶을 수 있다.

- [262] <제4활용예>

- [263] 최근 들어 회식이나 음식 배달을 많이 시키는 가정이 늘어가고 있는데 가상 동네 시스템이 도입되면 훨씬 많은 서비스를 받을 수 있게 된다. 지금 주문하던

배달받을 수 있는 시간, 주문 가능한 메뉴와 가격, 맛 등급 내역(본인이 채점한), 과거 주문 내역 등을 조회할 수 있고, 음식에 들어가는 재료와 열량분석 등 다양한 서비스를 할 수 있다. 또한 최근에 가장 많이 손님들이 찾는 메뉴 10선 등의 통계 자료도 얻을 수 있다. 만약 집으로 손님을 초대 했다면, 모임의 성격, 참석인원, 예상 경비를 입력할 경우 최적 세트 메뉴를 알려주는 서비스도 제공할 수 있다. 중국 요리집에 자장면을 주문했을 경우, 세탁소처럼 주문 접수, 요리 시작시간과 완료(예상) 시간, 배달 출발시간과 도착 예정시간 등을 가상 동네에서 실시간으로 확인 통보받을 수도 있다.

[264] <제5활용예>

[265] 안경점의 경우에는 식구들의 안경에 관련된 모든 내용을 조회 받을 수 있다. 시력변화 추이, 안경 구매 내역 정보를 확인할 수 있다. 안경점에서는 CRM을 통해 고객의 시력변화 내역을 분석하여 고객에게 새로운 검안 날짜를 알려줄 수 있다. 몇 달 전 방문 시 너무 비싸서 구매하지 못했던 다초점 렌즈가 최근에 새롭게 개발되어 가격이 크게 인하되었다면, 그런 정보를 해당 고객에게 자동으로 통보해 준다. 비슷한 유형의 고객들이 새롭게 착용(구입)하는 안경이나 렌즈가 생기면 그 고객들에게 자동으로 메모를 남긴다. 즉, 유행을 따라가는 고객들에게 남보다 빨리 그 내용을 알려 시장을 선점 할 수 있는 것이다. 이와 같이 CRM이나 이카탈로그 서비스 등을 통해 과거에는 생각지도 못했던 완전히 다른 서비스를 상점과 소비자들이 주고 받을 수 있다. 안경점에서 발간하는 웹진을 소비자들이 자동으로 받아 볼 수도 있어서, 이를 잘 활용하는 안경점은 늘어나는 매출 신장을 보게 될 것이다. IT를 기업 전략에 잘 활용하는 기업과 그렇지 못한 기업은 미래에 얼마나 많은 차이가 날지는 말을 하지 않아도 너무나 많은 경우를 주위에서 볼 수 있다. 디지털 디바이스란 디지털의 활용 여부에 따라 정보의 독점 현상이 심화되고 이는 기업이나 개인의 부의 성장과 직결되어 빈부의 격차가 발생된다는 논리이다. 고객관리, 상품관리, 마케팅 등 대기업에서 막대한 비용을 들여야만 사용 가능한 툴들을 자금력과 경험이 부족한 상점 등 영세 상인들도 가상 동네에서 제공할 수 있다. 소비자는 단순히 필요한 정보를 찾기 위해 인터넷을 사용하는 게 아니라 나와 내 가정과 연결된 수많은 비즈니스 관련자와 실시간으로 정보를 공유함으로써 진정한 디지털 경제를 구현할 수 있다. 지금까지 하드웨어(ADSL, 인터넷)는 잘 갖추어져 있는데 반해 실생활과 밀접하게 활용하는 소프트웨어는 별로 없는 게 현실이다.

[266] 소리바다에서 음악을 다운받거나, 옥션에서 필요한 물건을 구입할 수 있는 사람들이 얼마나 많이 있을까? 애기는 하고 듣기는 하지만 내가 직접 할 수 있는 사람은 많지 않은 것이 현실이다. 청주에 사는 40대 아줌마도 쉽게 사용할 수 있는 디지털 공간이 제공된다면 PC는 더 이상 젊은 식구들의 독차지가 되지 않을 것이다. 점점 현실화되고 있는 홈 오토메이션의 발전 속도로 볼 때 머지 않은 미래에 가상 동네가 일반화 될 것이다. 과거에도 인터넷을 통해 가상 동네와 비슷한 서비스를 시행한 곳도 있었지만 실소비자와 상점에게 관심을

끝지 못했다. 단순히 상가수첩을 웹으로 구현한 수준에 그쳤기 때문이다. 가상 동네에서는 각자가 자기 서버(자기 PC)를 잘 관리하여 고객(일촌)에게 양질의 서비스를 제공하기 위한 노력을 하는 만큼 많은 고객(일촌)의 선택을 받을 수 있다. 마치 싸이월드에서 고객 스스로 돈과 시간을 들여 자기 흥미를 잘 가꾸어 다른 사람으로부터 관심(선택)을 받으려는 것이 바로 싸이월드가 폭발적으로 성공할 수 있었던 요인 중 하나인 것이다. 가상 동네에는 블록 쌓기와 같은 툴들이 많이 제공되어 있어서 사용자가 노력하는 만큼 스마트해 지기 때문에 고객의 충성도가 매우 높다.

[267] <제6활용예>

[268] 또한 사이버스의 이벤트 드리븐한 기술을 이용할 경우 옥션보다 훨씬 더 강력한 옥션 공간을 만들어 낼 수 있다. 거래하고자 하는 물건을 관심종목에 등록해 두면 실시간으로 호가가 나타나게 되어 거래가 순식간에 이루어진다. 자동 주문 기능을 이용하여 원하는 물건이 시장에 나오면 내가 없더라도 자동으로 구매 주문이 나가게 할 수 있을 것이다. 부동산중개업자간의 폐쇄적인 전자거래 공간을 만들어 줄 수 있고(몇 개 혹은 수 십개의 부동산 중개업자만 가입하는 폐쇄적인 공간), 자동차 중개업자들이 전자거래 공간(전자거래소)을 직접 만들 수 있도록 설계되면 폭발적인 커뮤니티가 형성되어 전자 상거래의 새로운 패러다임이 만들어 지게 될 것이다.

[269] 또한 B2B, B2C, C2C, C2B 등 다양한 전자상거래가 실시간으로 신속하게 이루어지게 될 것이다. 가상 동네의 참여자가 늘어날수록 네트워크 효과는 폭발적이어서 빠른 시간에 새로운 커뮤니티 포털로 자리 잡을 수 있을 것이다.

[270] 가상 동네의 시작은 QUICKEN과 같이 보유 자산(은행,증권,보험,카드 등 금융자산, 자동차, 부동산 등 동산, 부동산을 포함)을 실시간으로 관리하는 것을 기본으로 한다. 보유 주식의 평가, 은행/보험등 부채 관리, 카드 내역 조회 및 예상 결제 내역 등 다양한 금융정보를 처리 해 줌으로서 금융 자산/부채관리를 통해 완벽한 자금 관리를 할 수 있도록 도와 준다. 또한 미래의 금리 변동과 신상품 출현에 따른 자산 포트폴리오를 재배치할 경우 자동으로 수익률을 계산해 주어 미래의 자산관리를 효율적으로 할 수 있게 한다. 시뮬레이션을 통해 최적 자산 배분표를 만들 수 있도록 도와주기도 한다. 연말정산이나 종합과세 등을 지원하며, 상속이나 부동산 거래 등 자산의 취득이나 매각 시 세금을 절감할 수 있는 팁을 제공할 수 있다. 자금 스케줄러 기능이 있어서 학비, 아파트 중도금, 자동차 세금, 아파트 관리비 등 정기적으로 일어나는 지출과 급여, 상가 임대료 등 수입을 모니터링하여 부족 금액이 발생하게 될 시점과 금액을 알려줄 수도 있다. 물론 과거 금전일지를 조회할 수 있고, 비용 추이를 분석한 리포트를 자동으로 제출하기도 한다. 또한 간단히 클릭하기만 하면 가장 저렴한 온라인 자동차 보험료 사이트를 연결해 주기도 한다. 40대 평범한 주부가 사용할 수 있도록 개발된다면 사실상의 표준(de facto standard)이 될 것이다. 일단 많은 가정에 가상 동네가 보급되면 될수록 네트워크 효과에 의해 그 사용자는

폭발적으로 늘어나게 될 것이다.

[271] <제7활용예>

[272] 본 발명의 가상 동네 서비스 제공 시스템은 고객으로 하여금 오토웹진을 구성할 수 있다. 이는 상점만 지정하면 각 상점에서 제공하는 정보가 웹진으로 제공 된다.

[273] 이러한 웹진은 일종의 종합화면 내지 개인 신문이다. 상기 웹진의 화면이나 신문에 일정 크기의 공간을 지정한 후 자동으로 정보를 끌어 올 일촌 관계를 정의해두면, 매일 본인이 원하는 신문(종합화면)이 만들어지게 된다. 상기 부동산 정보는 복덕방에서 제공하고, 인기 비디오 순위와 내용, 병원에서 제공하는 독감예방주사 안내, 아파트 알리미 정보, 새로 들어온 패션(옷) 소개, 각종 할인 이벤트 등 지역사회의 다양한 정보가 자동으로 업데이트된다. 또한 일촌끼리 공동으로 웹페이지를 만들 수 있도록 하여 서로 가까운 사람들끼리 정보를 공유하게 한다. 이 경우 같은 아파트에 사는 사람들의 공동 관심사, 일상에서 일어나는 여러 가지 생활상 등을 잘 파악하는 게 중요하다.

[274]

산업상 이용가능성

[275] 본 발명은 가상 동네 서비스 제공 방법 및 시스템에 관한 것으로, 개인과 실제의 상점(SOHO)을 실시간으로 연결하는 SNS(Social Network Service)로서, 이웃들이 서로 어떤 이웃들을 알고 있는지 그리고 그들이 어떤 상점을 이용하고 있는지, 또 이용한 후 평가가 어떤지를 간접적으로 알 수 있게 한다. 이를 통해, 소규모 상점들에게도 홍보 비용을 절감하게 하고, 신뢰도 있는 친구 또는 이웃을 통한 마케팅을 통해 광고 홍보의 비용 대비 효과의 효율성을 제고하고, 입소문 마케팅의 온라인 기능을 강화하여 마케팅의 홍보력을 극대화시키며, 영향력 있는 SNS의 이웃을 통한 입소문으로 마케팅의 신뢰성을 확보할 수 있다. 또한, 이는 인터넷 비즈니스 모델의 새로운 시장으로 확장될 수 있고, 새로운 차원의 광고 홍보시장을 확보할 수 있게 한다.

청구범위

[청구항 1]

네트워크를 통해 복수의 개인 단말기 및 복수의 상점 단말기와 연결되는 서비스 서버의 가상 동네 서비스 제공 방법에 있어서, 상기 서비스 서버가, 상기 개인 단말기들 중 어느 하나인 제1개인 단말기를 통한 제1개인의 요청에 따라 제1가상 동네 계정을 부여하고, 그 제1가상 동네 계정에 개인 식별정보 및 개인 이웃 정보 및 상점 이웃 정보를 상기 제1개인 단말기를 통해 입력받아 등록하는 단계;

상기 서비스 서버가, 상기 상점 단말기들 중 어느 하나를 통한 요청에 따라 상점 계정을 부여하고, 그 상점 계정에 상점 정보 및 개인 이웃 정보를 상기 상점 단말기를 통해 입력받아 등록하는 단계;

상기 서비스 서버가, 상기 제1가상 동네 계정의 개인 이웃 정보에 개인 이웃으로 설정되었으며 제2가상 동네 계정을 부여받은 제2개인이 제2개인 단말기로 제2가상 동네 계정으로 로그인하여 상기 제1가상 동네 계정의 상점 정보 공유를 요청하면, 상기 제1가상 동네 계정에 등록된 상점 이웃 정보를 상기 제2개인 단말기로 제공하는 단계;

를 포함하는 것을 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 2]

제1항에 있어서,

상기 제2개인 단말기로 제공되는 상점 정보는 제1가상 동네 계정을 부여받은 개인이 등록한 상점 평가정보, 방문 후기 정보, 구매 상품 후기 정보 중 하나 이상을 포함함을 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 3]

제1항에 있어서,

상기 제2가상 동네 계정으로 로그인한 제2개인 단말기가 제2개인의 요청에 따라, 제1가상 동네 계정에 등록된 상점 이웃 정보에 따른 상점에 대해 이웃 설정을 상기 서비스 서버로 신청하는 단계;

상기 서비스 서버가, 상기 이웃 설정 신청에 따라 상기 상점의 상점 단말기로 이웃 설정 신청을 통지하는 단계;

상기 상점 단말기가 상점 계정의 운영자의 요청에 따라, 이웃 설정 신청에 대한 허여를 상기 서버로 통지하는 단계;

상기 서비스 서버가 상기 상점 단말기로부터 이웃 설정 신청에 대한 허여가 통지되면, 상기 상점에 대한 정보를 제2가상 동네 계정에 상점 이웃 정보로서 등록하는 단계;를 포함하는 것을 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 4]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가,
 상기 상점 계정으로 로그인한 상점 단말기로부터 입력되는 상품
 구매정보를 입력받아 상기 상점 계정에 등록하고,
 상기 상품 구매정보를 상기 상품 구매정보에 포함된 개인
 식별정보에 대응되는 가상 동네 계정에 등록하는 단계를 더
 구비하며,
 상기 상품 구매정보에는 개인 식별정보 및 상점 식별정보, 상품
 식별정보, 가격정보, 일시정보가 포함됨을 특징으로 하는 가상
 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 5]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가,
 상기 상품 구매정보를 상기 상품 구매정보에 포함된 개인
 식별정보에 대응되는 가상 동네 계정에 등록한 후에, 상기 상품
 구매정보를 상기 가상 동네 계정에 등록된 가계부의 지출정보에
 등록하는 단계;를 더 구비함을 특징으로 하는 가상 동네 서비스
 제공 방법.

[청구항 6]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가,
 상기 가상 동네 계정 또는 상기 상점 계정으로 로그인한
 제1사용자가 자신의 단말기를 통해 가상 동네 계정 또는 상점
 계정을 부여받은 제2사용자로의 메일 또는 광고 또는 정보지 또는
 잡지 전송을 요청하면,
 상기 제2사용자의 계정에 메일 또는 광고 또는 정보지 또는 잡지에
 대한 정보를 등록하고, 그 등록을 제2사용자의 단말기로 통지하는
 단계;
 상기 통지에 따라 상기 제2사용자가 상기 제2사용자의 가상 동네
 또는 상점 계정에 로그인하여 메일 또는 광고 또는 정보지 또는
 잡지에 대한 정보를 요청하면, 그 요청된 메일 또는 광고 또는
 정보지 또는 잡지에 대한 정보를 제2사용자의 단말기로 제공하는
 단계;를 구비함을 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 7]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가,
 상기 상점 계정으로 로그인한 상점 단말기로부터 입력되는
 구매상품에 대한 현황정보를 입력받아 상기 상점 계정에
 등록하고,
 상기 구매상품에 대한 현황정보를 상기 구매상품에 대한
 현황정보에 포함된 개인 식별정보에 대응되는 가상 동네 계정에

등록하는 단계;를 더 구비하며,
 상기 구매상품에 대한 현황정보에는 개인 식별정보 및 상점
 식별정보, 상품 식별정보, 현황정보가 포함됨을 특징으로 하는
 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 8]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가,
 상기 상점 계정으로 로그인한 상점 단말기로부터 입력되는
 구매상품에 대한 스케줄 정보를 입력받아 상점 계정에 등록하고,
 상기 구매상품에 대한 스케줄 정보를 상기 구매상품에 대한
 스케줄 정보에 개인 식별정보에 대응되는 가상 동네 계정에
 등록하는 단계;를 더 구비하며,
 상기 구매상품에 대한 스케줄 정보에는 개인 식별정보 및 상점
 식별정보, 상품 식별정보, 스케줄 정보가 포함됨을 특징으로 하는
 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 9]

제8항에 있어서,
 상기 서비스 서버가,
 상기 가상 동네 계정으로 로그인한 개인 단말기로부터 입력되는
 구매상품에 대한 스케줄 변경정보를 입력받아 그 구매상품에 대한
 스케줄 변경 정보에 포함된 상점 식별정보에 대응되는 상점
 계정에 등록하고,
 상기 구매상품에 대한 스케줄 변경정보의 등록을 상기 상점
 계정에 등록된 상점 단말기로 통지하는 단계;
 상기 통지후에 상기 상점 단말기로부터 스케줄 변경 하여정보가
 수신되면, 상기 구매상품에 대한 스케줄 변경정보의 하여를 상기
 개인 단말기로 통지하는 단계;를 더 구비함을 특징으로 하는 가상
 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 10]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가, 상기 상점 계정으로 로그인한 상점 단말기를
 통해 프로모션 정보를 수신되면 상기 프로모션 정보에 포함된
 개인 식별정보에 대응되는 가상 동네 계정에 상기 프로모션
 정보를 등록하는 단계;
 상기 서비스 서버가, 상기 프로모션 정보의 등록을 상기 가상 동네
 계정에 등록된 고객 단말기로 통지하는 단계;를 더 구비함을
 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 11]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가, 상기 가상 동네 계정 또는 상기 상점 계정을
 부여받은 사용자가 자산 관리를 요청하면, 상기 사용자로부터
 자산 관리 등록 요청 정보를 제공받아 금융기관 서버에 자산 관리

등록을 요청하고,
 상기 자산 관리 등록의 요청에 따라 상기 금융기관 서버가
 제공하는 상기 사용자의 자산정보를 전송받아 상기 사용자의
 계정에 등록하고,
 상기 자산 관리 등록 요청에 따라 상기 금융기관 서버가 상기
 사용자의 자산정보가 변경될 때마다 전송하는 상기 사용자의
 자산변경정보를 전송받아 상기 사용자의 계정에 등록된
 자산정보를 갱신하는 단계;를 더 구비함을 특징으로 하는 가상
 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 12]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가, 상기 가상 동네 계정으로 로그인한 사용자가
 역경매 정보를 전송하면, 상기 역경매 정보에 포함된 상품정보가
 등록된 상점 계정을 검출하고,
 상기 상품정보가 등록된 상점 계정에 등록된 상점 단말기로 상기
 역경매 정보의 등록을 통지하는 단계;
 상기 서비스 서버가, 상기 통지에 따라 상기 상점 단말기가 상기
 역경매 정보를 요청하면, 상기 역경매 정보를 상기 상점 단말기로
 전송하는 단계;
 상기 서비스 서버가, 상기 상점 단말기가 상기 역경매 정보에 따른
 입찰정보를 입력하면, 상기 입찰정보를 등록하는 단계;
 상기 서비스 서버가, 상기 역경매 시간이 경과하였거나 상기
 입찰금액이 낙찰금액이면, 경매를 마감하고 낙찰 또는 유찰정보를
 상기 개인 및 상기 상점 단말기로 통지하는 단계;를 더 구비함을
 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 13]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가, 상기 가상 동네 계정 또는 상기 상점 계정으로
 로그인한 단말기로부터 폐쇄전자거래 요청메시지가 수신되면,
 상기 폐쇄 전자 거래 요청 메시지를 데이터베이스에 등록하고,
 상기 폐쇄 전자 거래 요청 메시지에 포함된 가상 동네 또는 상점
 계정 식별정보에 따른 계정에 등록된 단말기로 폐쇄 전자 거래
 요청을 통지하고,
 상기 폐쇄 전자 거래 요청의 통지에 따라 상기 폐쇄 전자 거래 요청
 메시지에 포함된 가상 동네 또는 상점 계정 식별정보에 따른
 계정으로 로그인한 사용자간 전자 거래를 제공하는 단계;를 더
 구비함을 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 14]

제1항에 있어서,
 상기 서비스 서버가, 다수의 상점 계정 중 어느 한 계정인 제1상점
 계정으로 로그인한 단말기로부터 다른 상점 계정인 제2상점

계정으로의 제휴 신청 메시지가 수신되면, 상기 제2상점 계정에 등록된 단말기로 제휴 신청 메시지의 수신을 통지하는 단계; 상기 서비스 서버가, 상기 제2상점 계정으로 로그인한 단말기로부터 상기 제휴 신청에 대한 허여 메시지가 수신되면, 상기 제1상점 계정과 상기 제2상점 계정간의 개인 이웃 정보를 공유시키는 단계;를 더 구비함을 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

[청구항 15]

제14항에 있어서,
상기 서비스 서버가, 상기 제1상점 계정과 상기 제2상점 계정에 개인 이웃으로 설정된 개인 계정 식별정보에 따른 개인 계정에 등록된 단말기로 상기 제1 및 제2상점 사이의 제휴 및 이웃 설정 요청을 통지하는 단계;를 더 구비함을 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

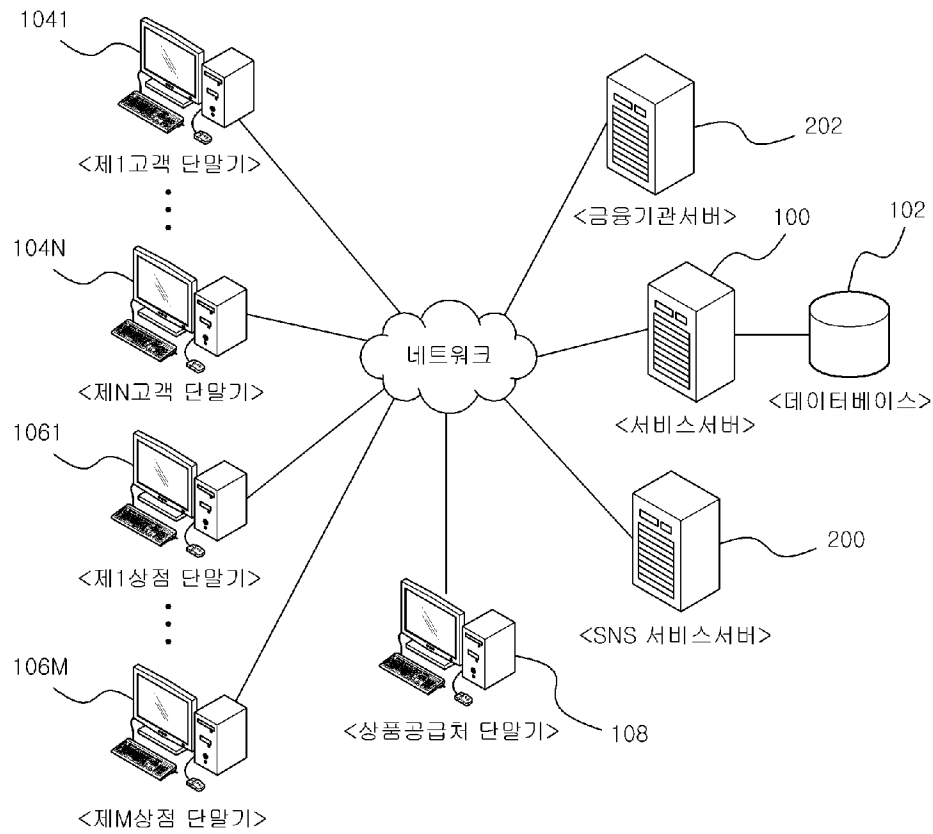
[청구항 16]

제1항에 있어서,
상기 서비스 서버가,
가상 동네 계정 또는 상점 계정으로 데이터 또는 메시지를 입력받아 등록하고,
상기 데이터 또는 메시지의 등록후에, 상기 가상 동네 계정 또는 상점 계정으로 사용자가 로그인하면, 상기 데이터 또는 메시지의 등록 사실을 안내하는 단계;를 더 구비함을 특징으로 하는 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

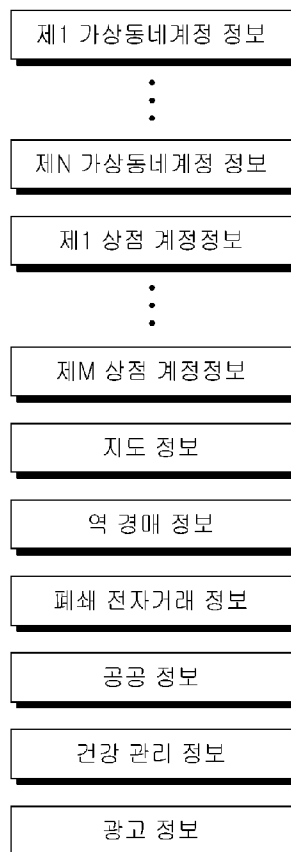
[청구항 17]

제1항에 있어서,
상기 서비스 서버가,
가상 동네 계정 또는 상점 계정으로 데이터 또는 메시지를 입력받아 등록하고,
상기 데이터 또는 메시지의 등록후에, 상기 가상 동네 계정 또는 상점 계정에 기록된 사용자 단말기로 상기 데이터 또는 메시지의 등록 사실을 실시간으로 통지하는 단계;를 더 구비함을 특징으로 하는 특징으로 하는 가상 동네 서비스 제공 방법.

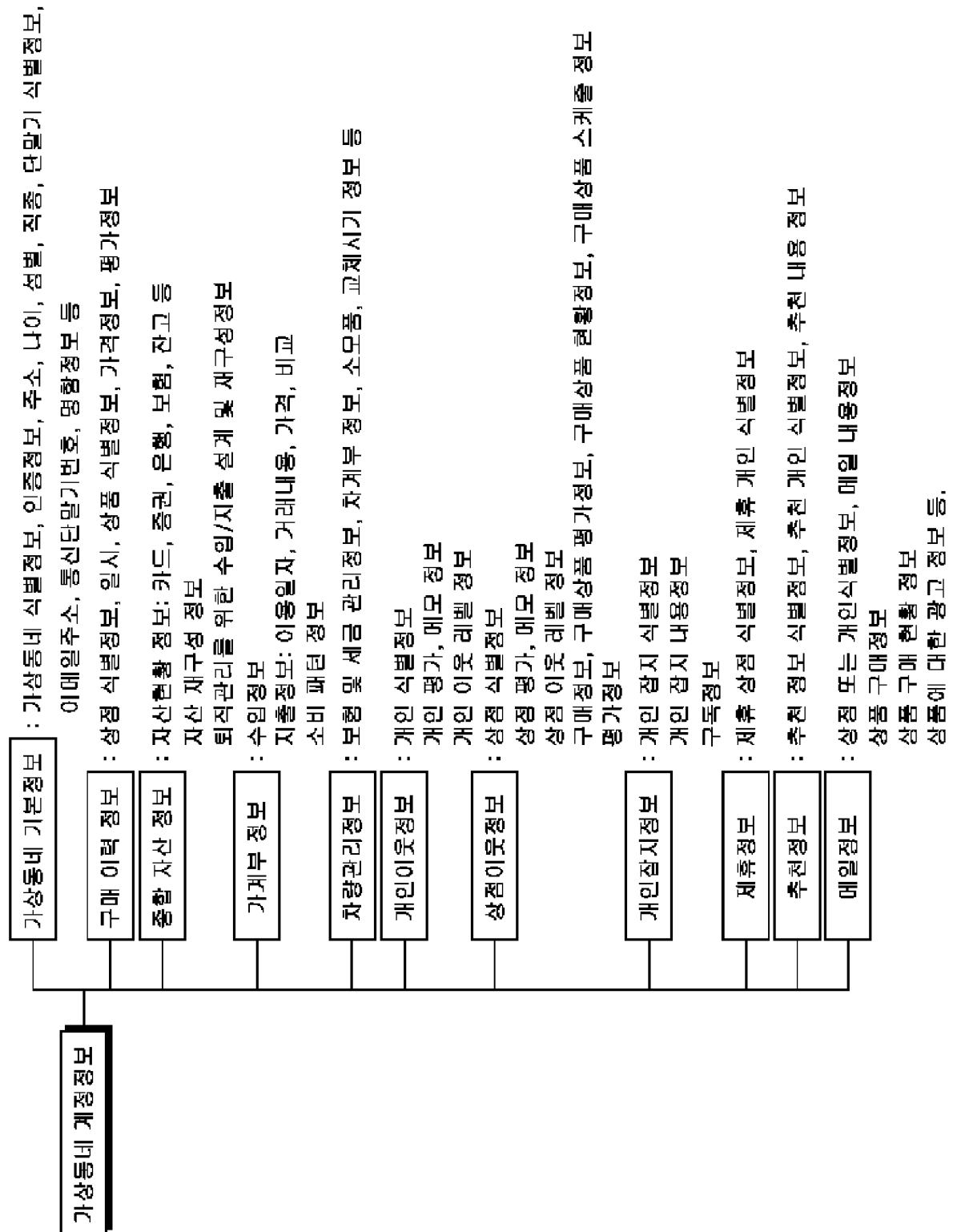
[Fig. 1]



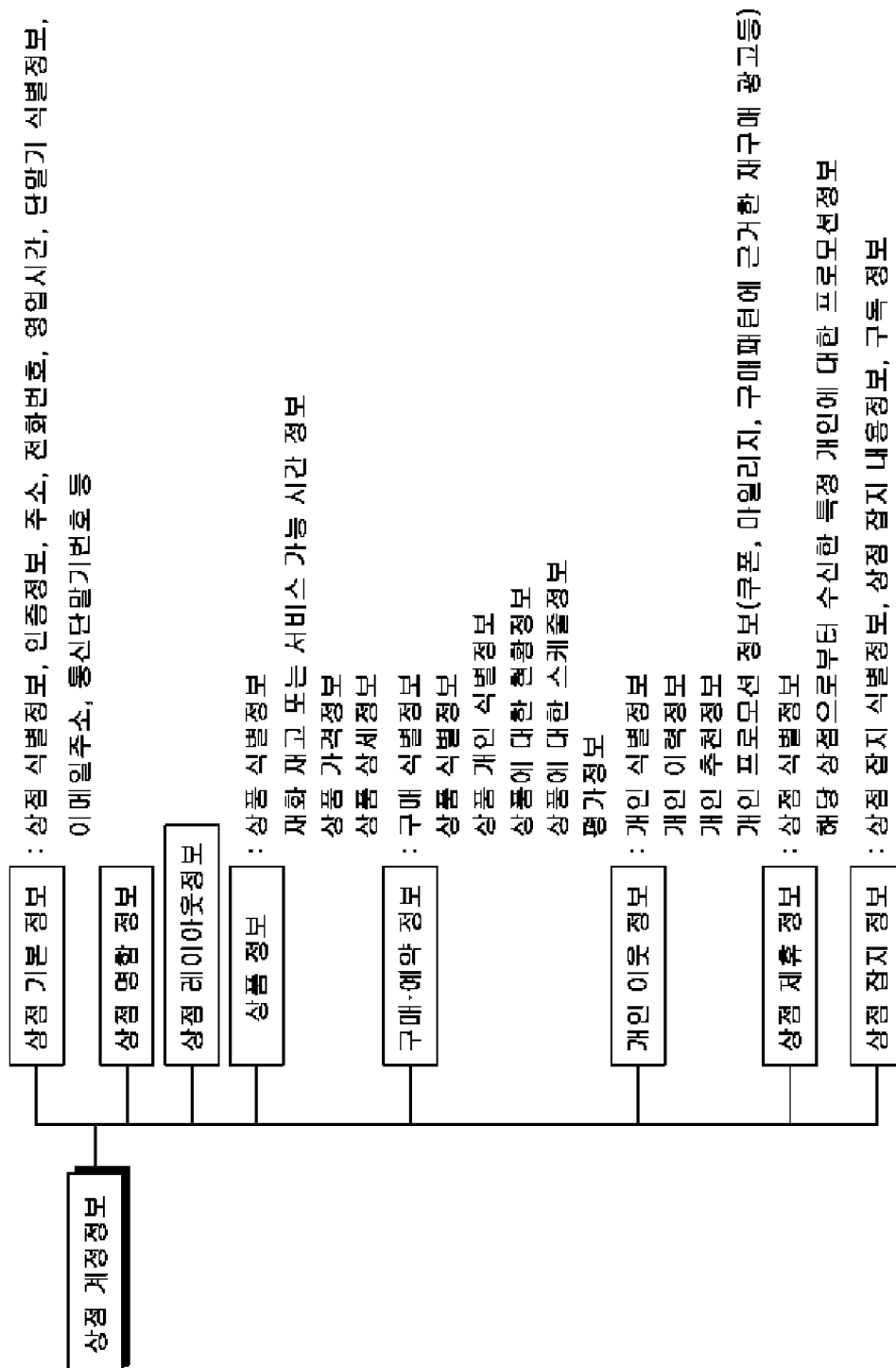
[Fig. 2a]



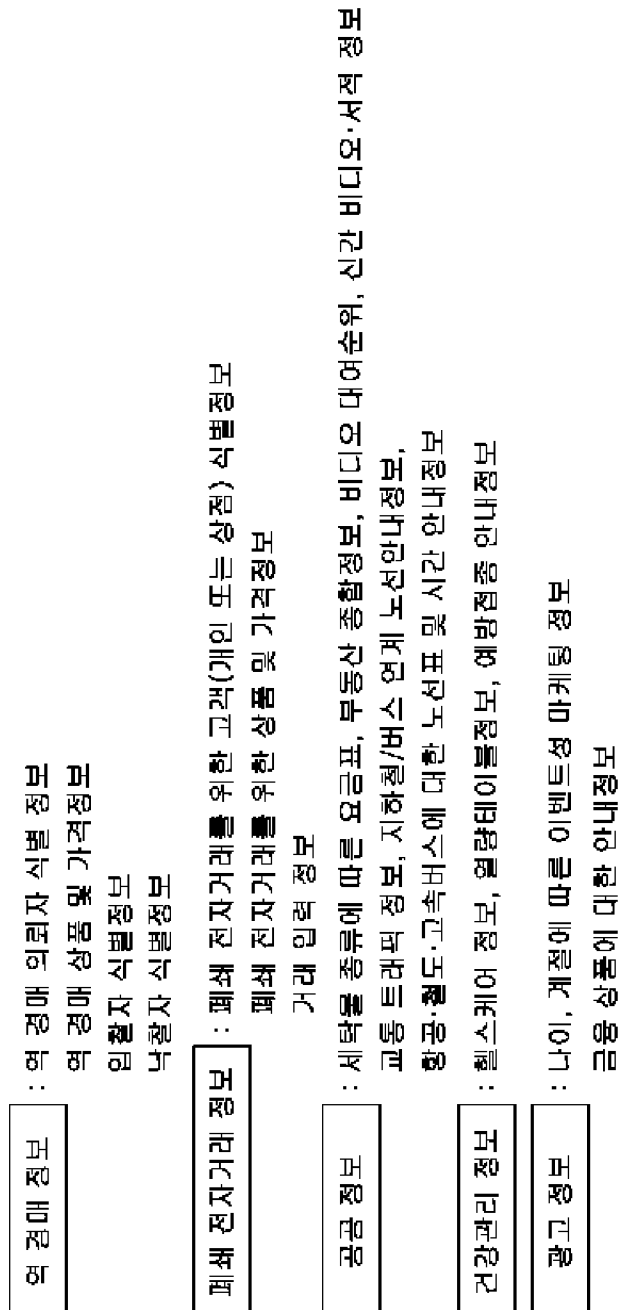
[Fig. 2b]



[Fig. 2c]

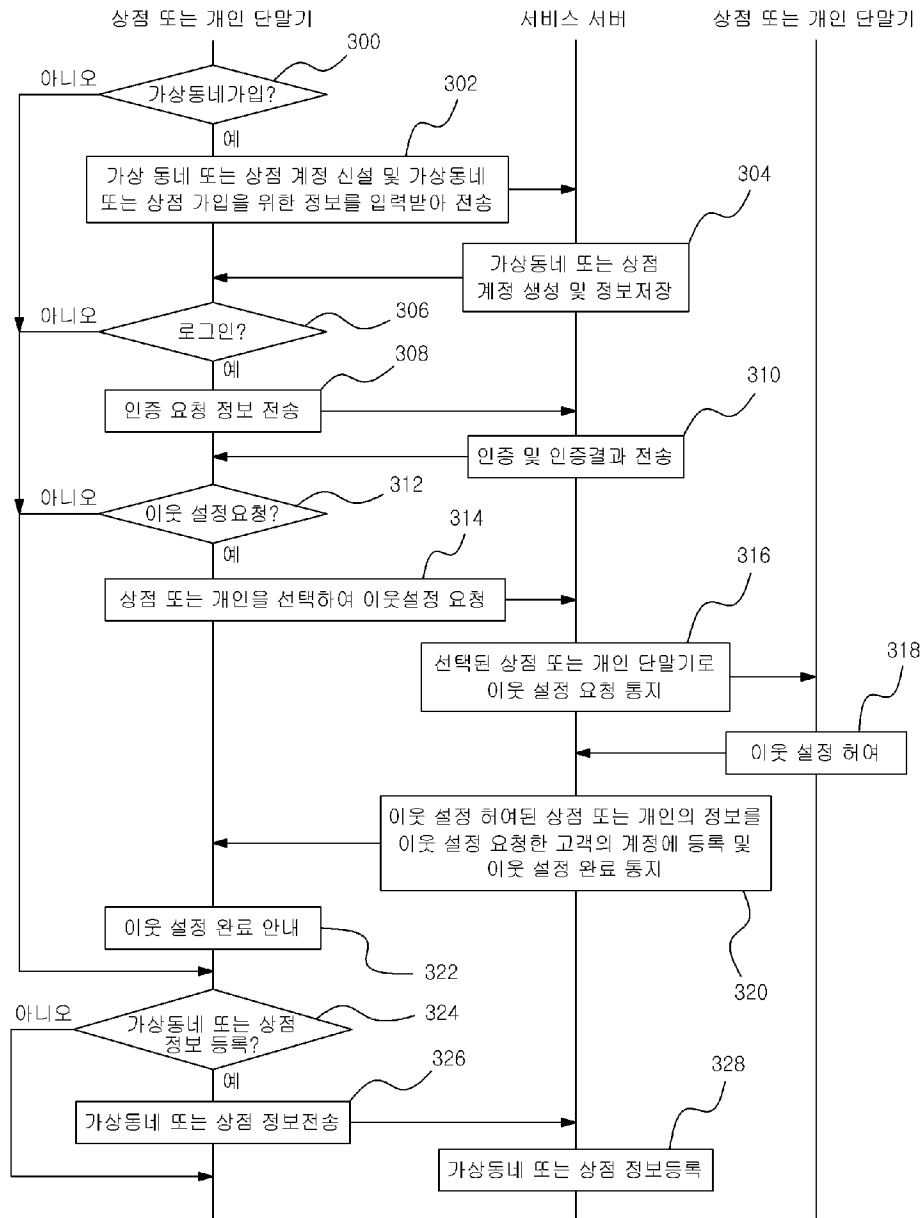


[Fig. 2d]



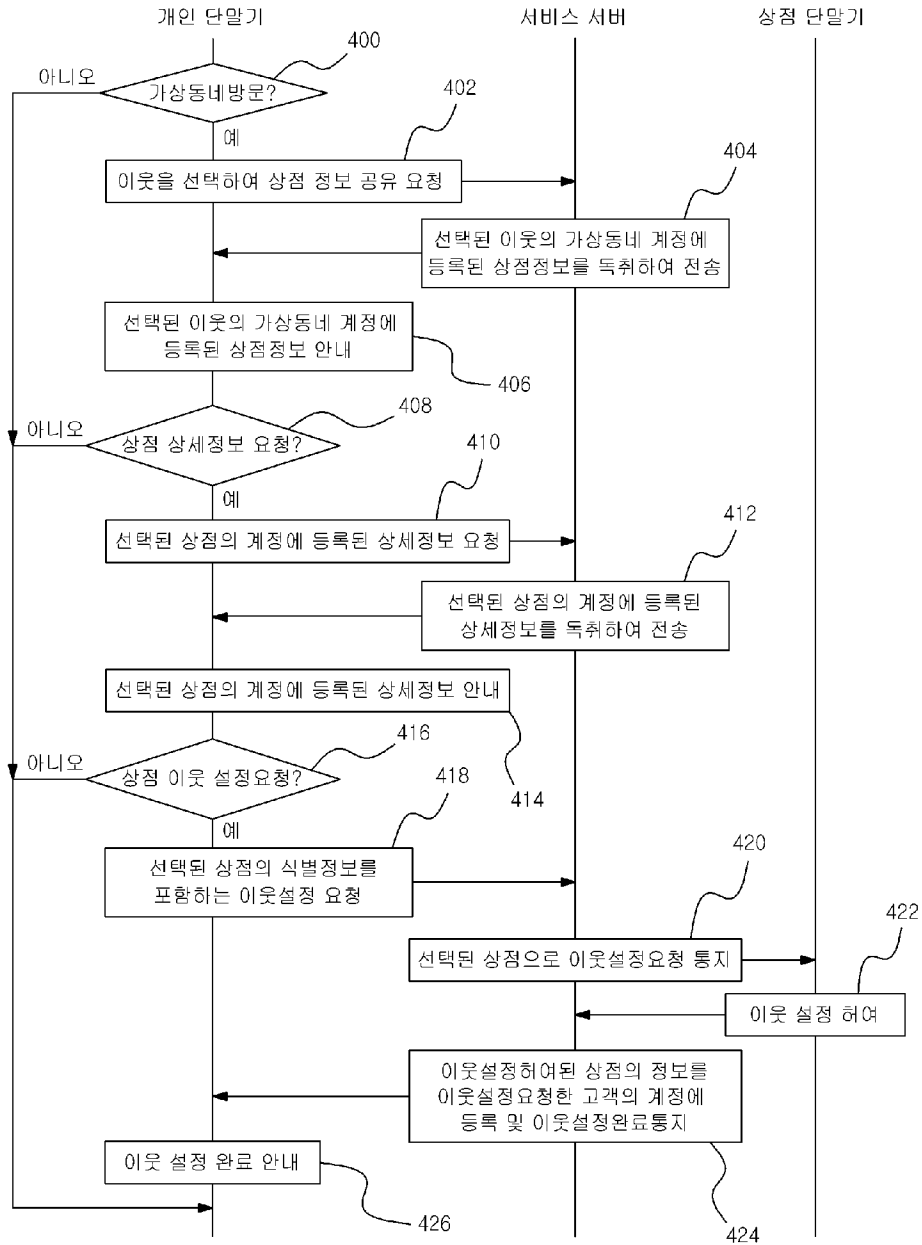
[Fig. 3]

<가상 동네 가입>

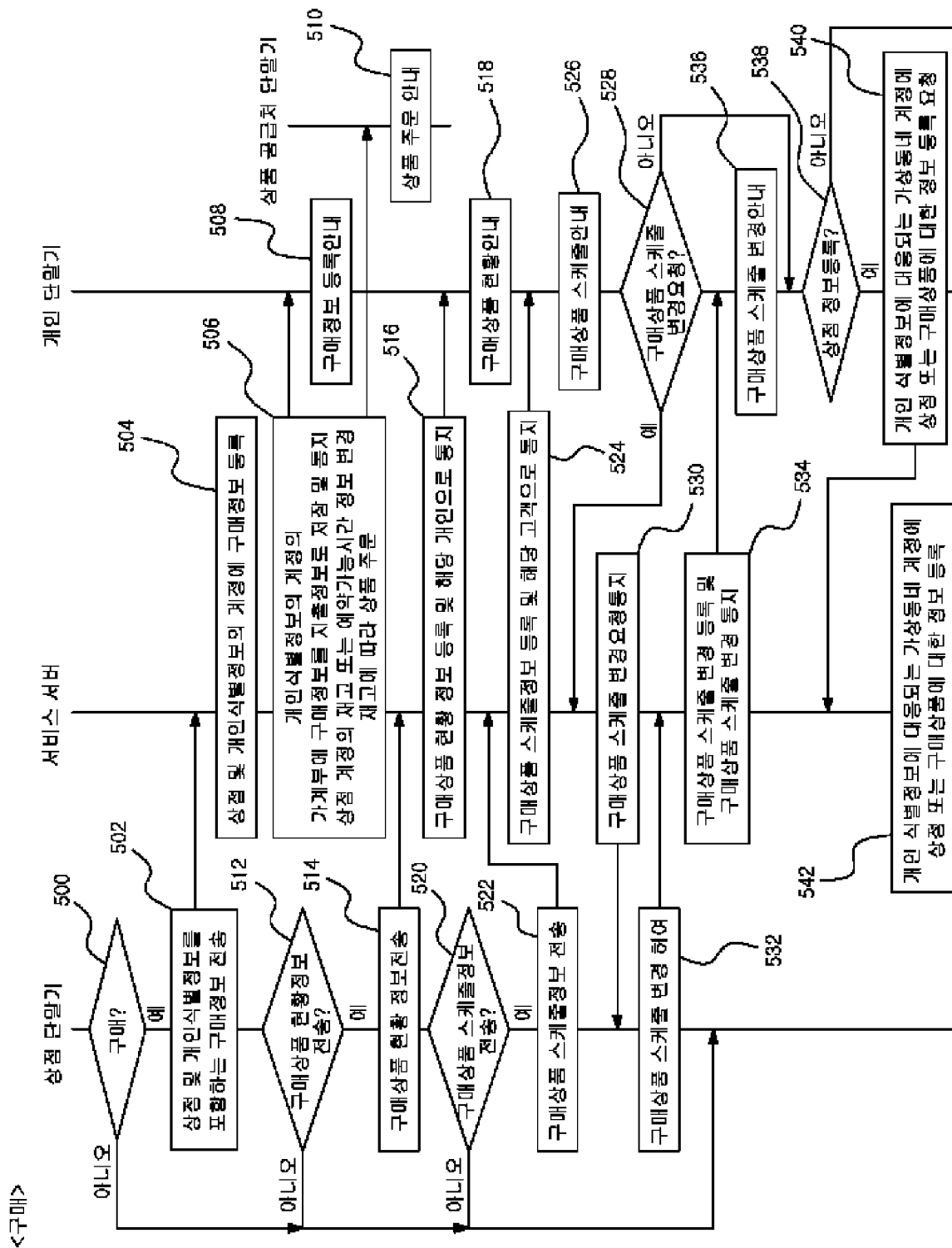


[Fig. 4]

<가상 동네를 통한 상점 정보 공유>

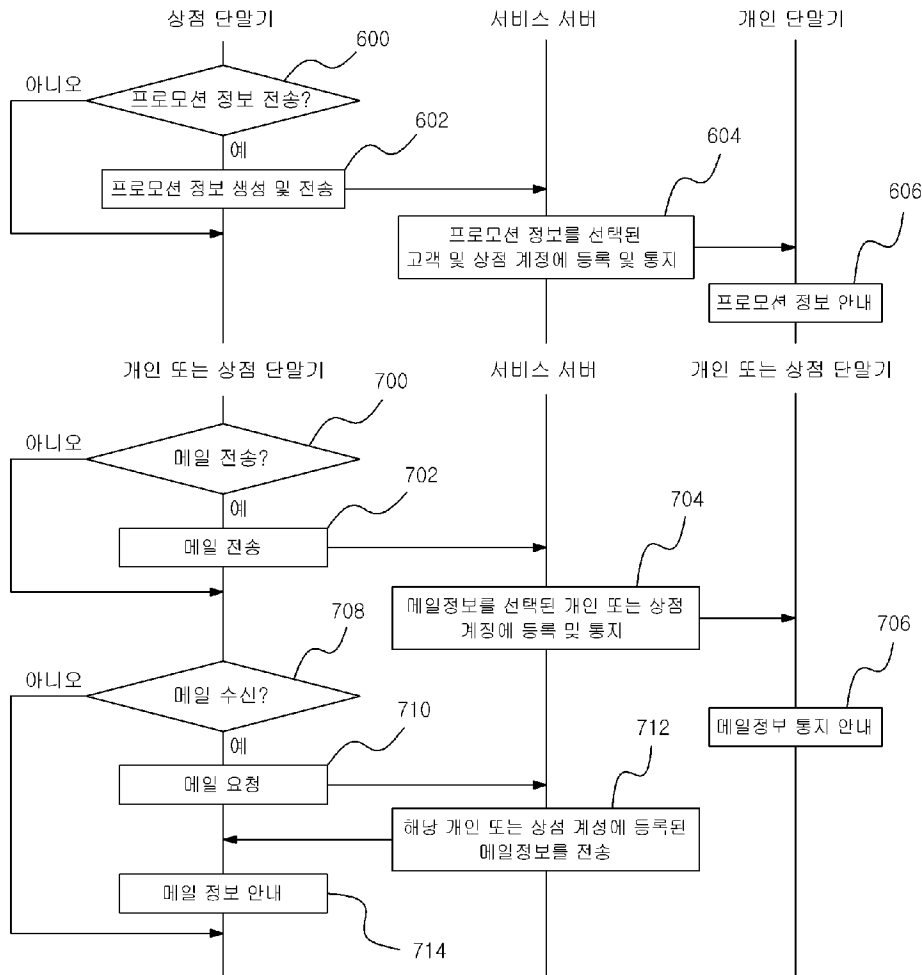


[Fig. 5]



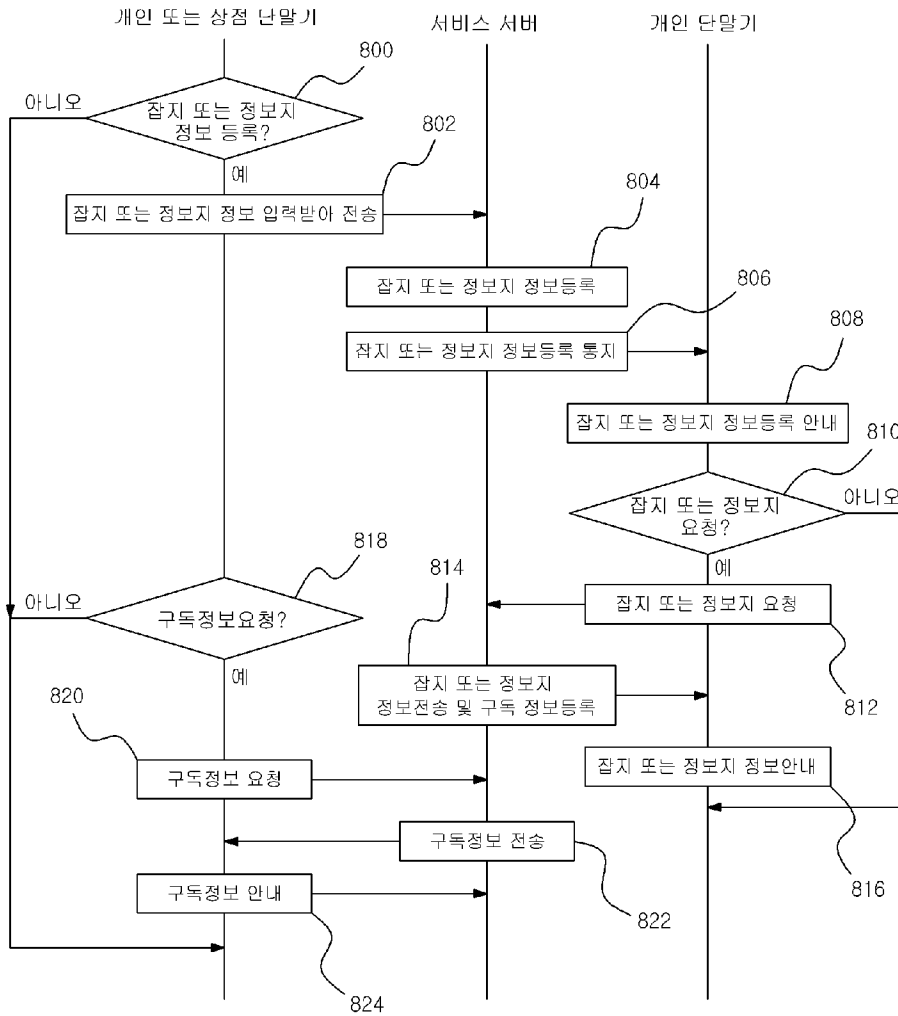
[Fig. 6]

<프로모션 및 메일링>



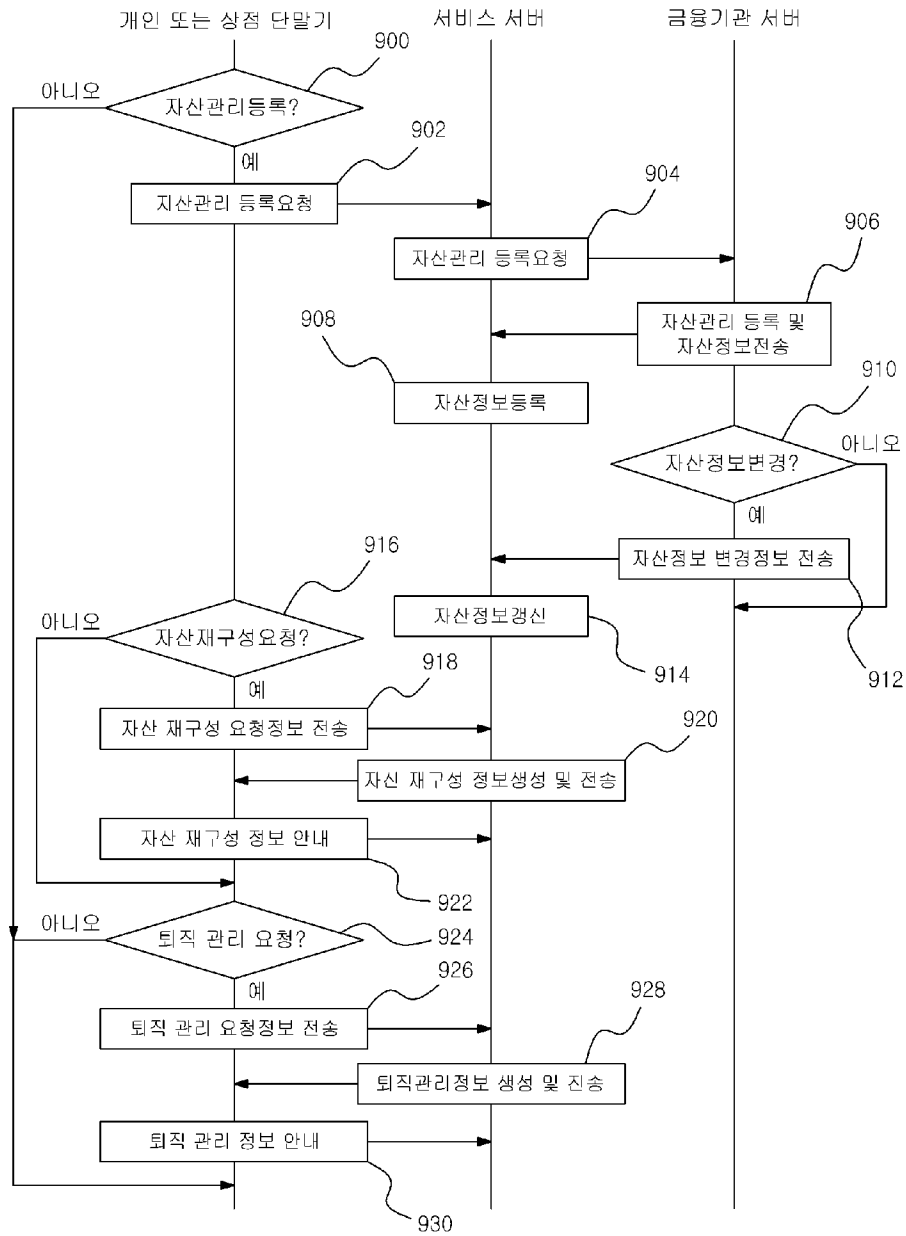
[Fig. 7]

<잡지 및 정보 서비스>

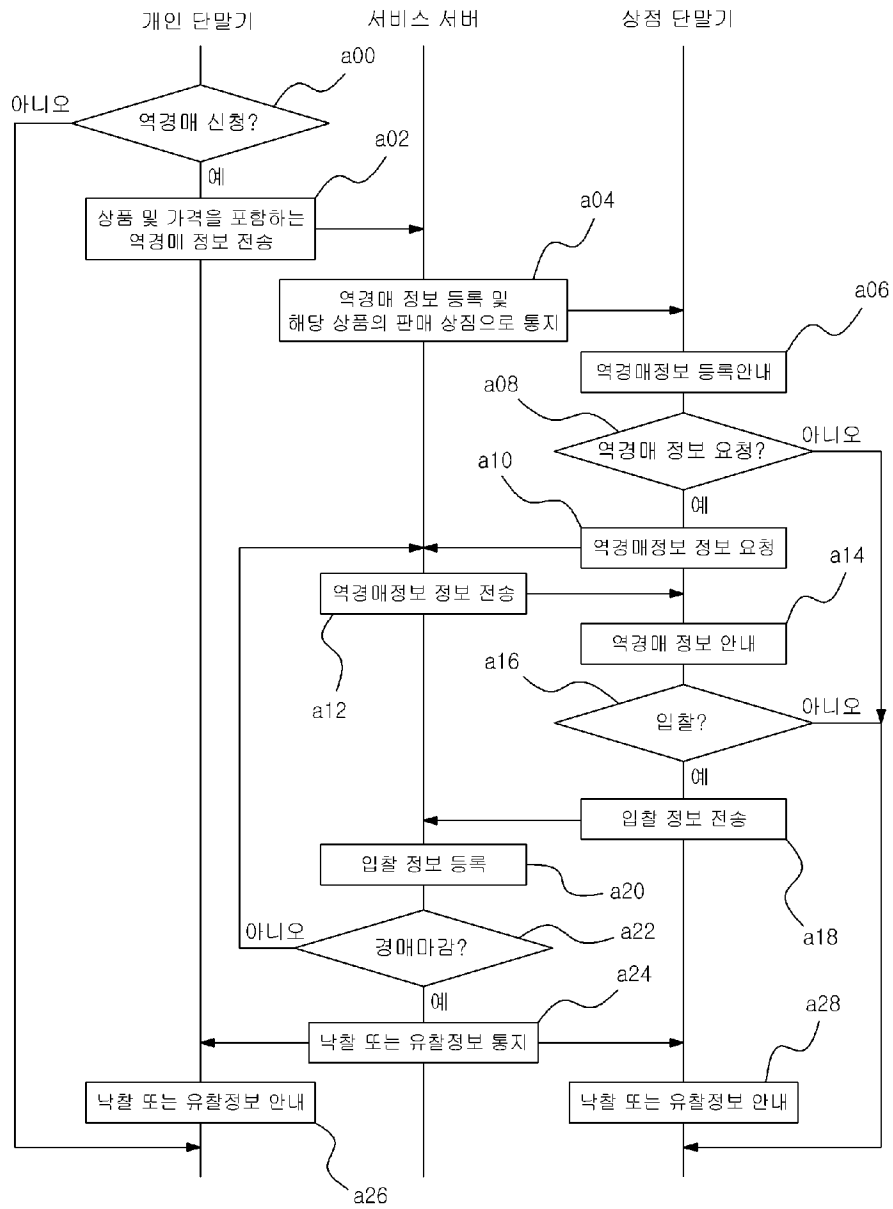


[Fig. 8]

<자산관리>

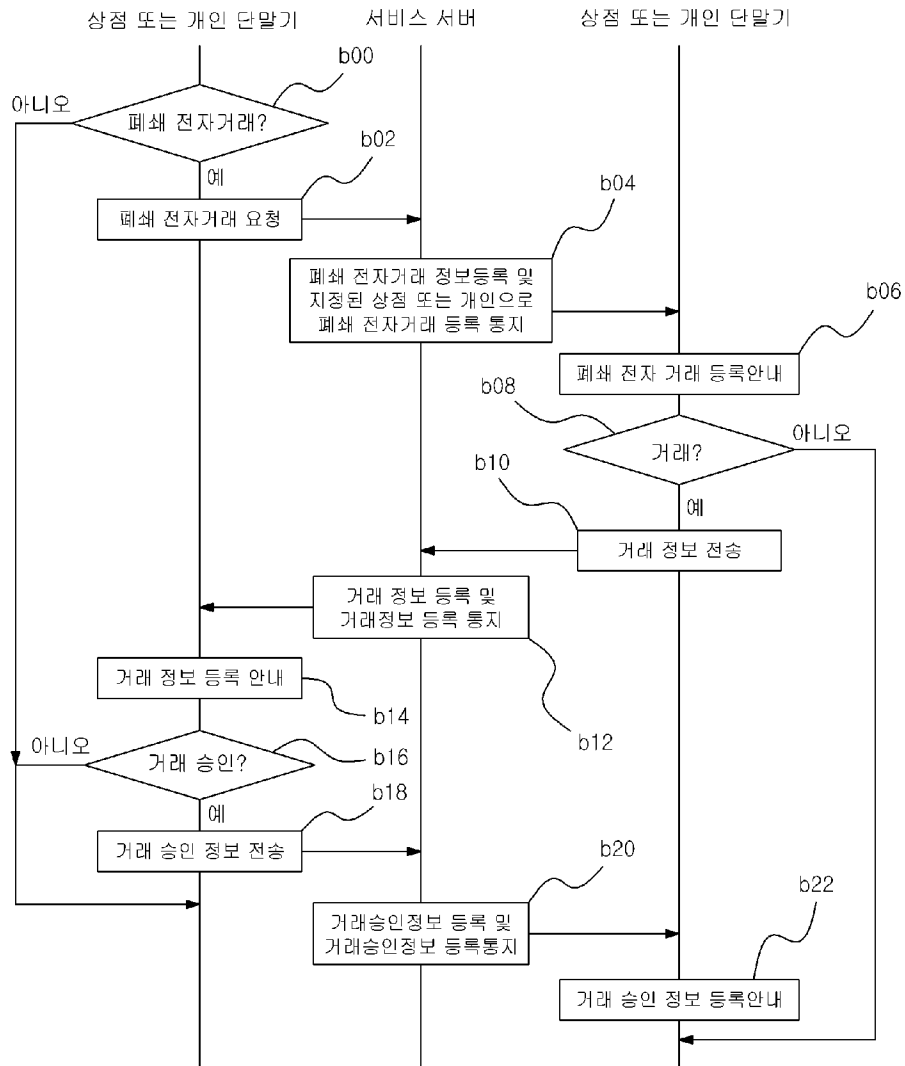


<역경매>



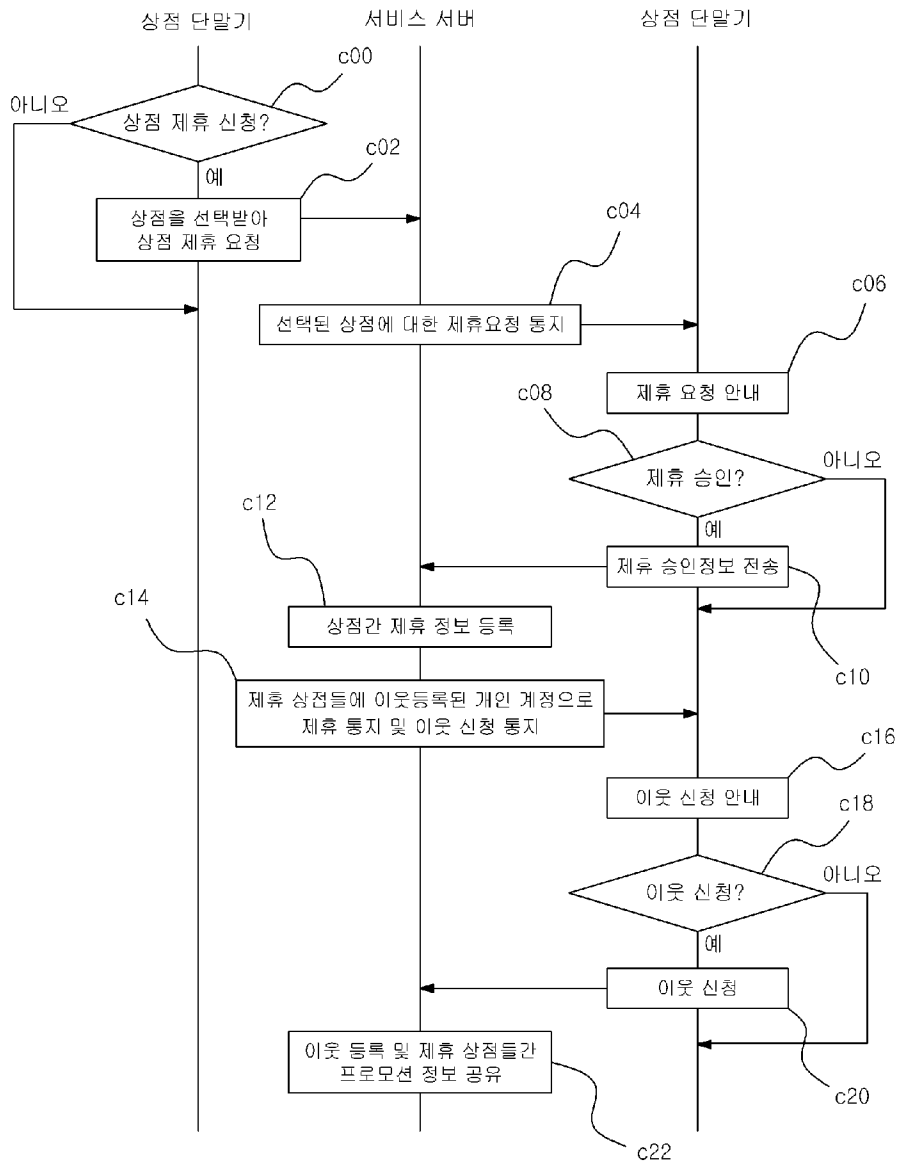
[Fig. 10]

<폐쇄 전자 거래>



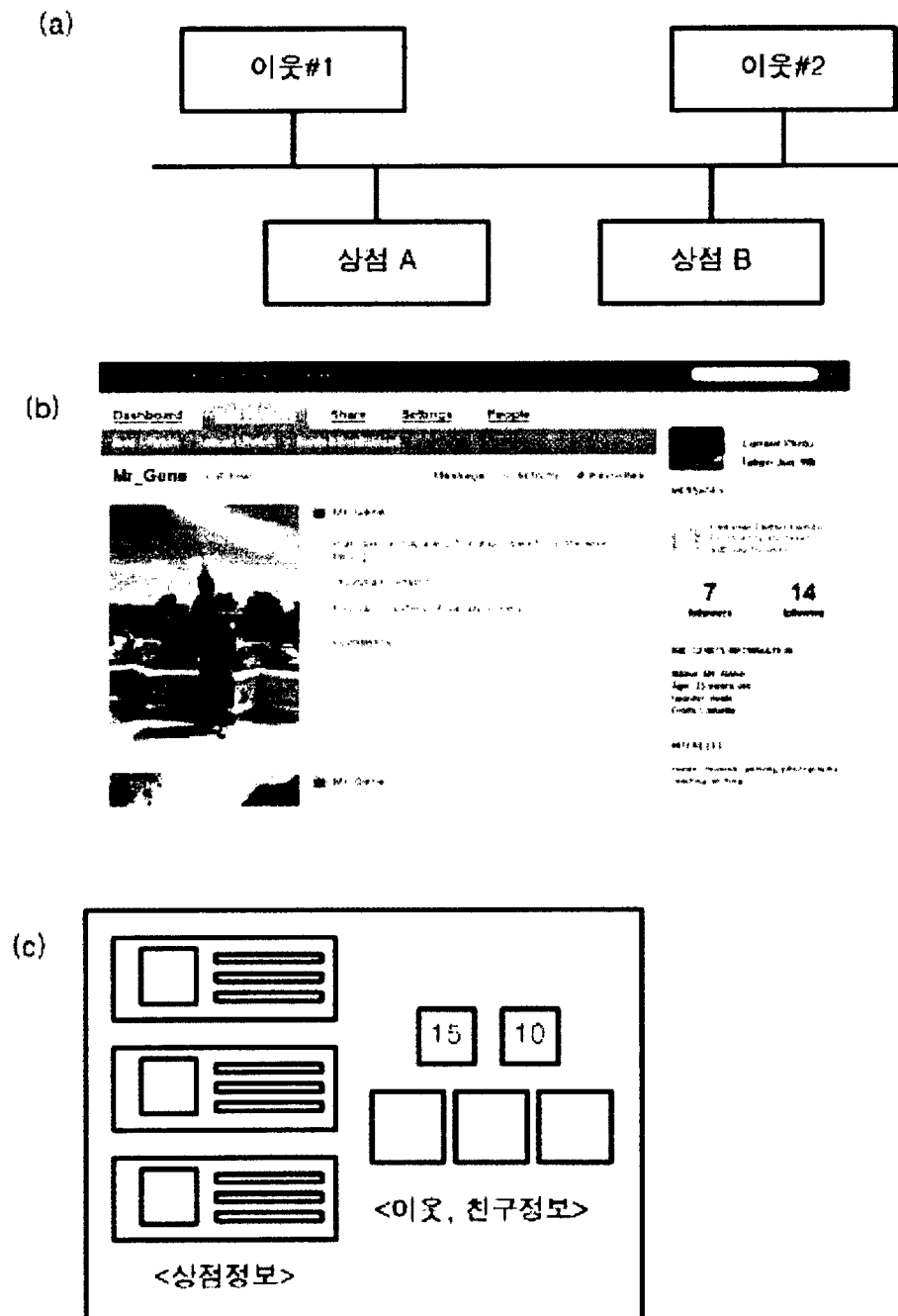
[Fig. 11]

<상점 제휴>



14/14

[Fig. 12]



INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/KR2011/004270**A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER****G06Q 30/00(2006.01)i, G06Q 50/00(2006.01)i**

According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC

B. FIELDS SEARCHED

Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)

G06Q 30/00; G06Q 50/00

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched

Korean Utility models and applications for Utility models: IPC as above

Japanese Utility models and applications for Utility models: IPC as above

Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used)

eKOMPASS (KIPO internal) & Keywords: virtual, village, neighbor, friend, shop, account, SNS

C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
A	KR 10-2006-0093947 A (KIM, TAE HUN) 28 August 2006 See abstract, pages 2-3 and claim 1	1-17
A	KR 10-2005-0105572 A (EBAY KOREA CO., LTD.) 04 November 2005 See abstract, claims 1, 3 and pages 3-6	1-17
A	KR 10-2003-0012060 A (CHO, YONG CHUL) 12 February 2003 See abstract, pages 3-5 and claim 1	1-17
A	JP 2009-163443 A (MEKIKI:KK et al.) 23 July 2009 See abstract, paragraphs [0009] - [0017] and claim 1	1-17

☐ Further documents are listed in the continuation of Box C.☒ See patent family annex.

* Special categories of cited documents:

"A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance

"E" earlier application or patent but published on or after the international filing date

"L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)

"O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means

"P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed

"T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention

"X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone

"Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art

"&" document member of the same patent family

Date of the actual completion of the international search

31 MARCH 2012 (31.03.2012)

Date of mailing of the international search report

04 APRIL 2012 (04.04.2012)

Name and mailing address of the ISA/KR

Korean Intellectual Property Office
Government Complex-Daejeon, 139 Seonsa-ro, Daejeon 302-701,
Republic of Korea

Facsimile No. 82-42-472-7140

Authorized officer

Telephone No.

INTERNATIONAL SEARCH REPORT
Information on patent family members

International application No.

PCT/KR2011/004270

Patent document cited in search report	Publication date	Patent family member	Publication date
KR 10-2006-0093947 A	28.08.2006	NONE	
KR 10-2005-0105572 A	04.11.2005	NONE	
KR 10-2003-0012060 A	12.02.2003	NONE	
JP 2009-163443 A	23.07.2009	NONE	

A. 발명이 속하는 기술분류(국제특허분류(IPC)) G06Q 30/00(2006.01)i, G06Q 50/00(2006.01)i																	
B. 조사된 분야 조사된 최소문헌(국제특허분류를 기재) G06Q 30/00; G06Q 50/00 조사된 기술분야에 속하는 최소문헌 이외의 문헌 한국등록실용신안공보 및 한국공개실용신안공보: 조사된 최소문헌란에 기재된 IPC 일본등록실용신안공보 및 일본공개실용신안공보: 조사된 최소문헌란에 기재된 IPC 국제조사에 이용된 전산 데이터베이스(데이터베이스의 명칭 및 검색어(해당하는 경우)) eKOMPASS(특허청 내부 검색시스템) & 키워드:가상, 마을, 이웃, 친구, 상점, 계정, SNS																	
C. 관련 문헌 <table border="1"> <thead> <tr> <th>카테고리*</th> <th>인용문헌명 및 관련 구절(해당하는 경우)의 기재</th> <th>관련 청구항</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A</td> <td>KR 10-2006-0093947 A (김태훈) 2006.08.28 요약, 페이지 2-3 및 청구항 제1항 참조</td> <td>1-17</td> </tr> <tr> <td>A</td> <td>KR 10-2005-0105572 A (주식회사 인터파크지마켓) 2005.11.04 요약, 청구항 제1항, 제3항 및 페이지 3-6 참조</td> <td>1-17</td> </tr> <tr> <td>A</td> <td>KR 10-2003-0012060 A (조용철) 2003.02.12 요약, 페이지 3-5 및 청구항 제1항 참조</td> <td>1-17</td> </tr> <tr> <td>A</td> <td>JP 2009-163443 A (MEKIKI:KK 외 1명) 2009.07.23 요약, 문단[0009] - [0017] 및 청구항 제1항 참조</td> <td>1-17</td> </tr> </tbody> </table>			카테고리*	인용문헌명 및 관련 구절(해당하는 경우)의 기재	관련 청구항	A	KR 10-2006-0093947 A (김태훈) 2006.08.28 요약, 페이지 2-3 및 청구항 제1항 참조	1-17	A	KR 10-2005-0105572 A (주식회사 인터파크지마켓) 2005.11.04 요약, 청구항 제1항, 제3항 및 페이지 3-6 참조	1-17	A	KR 10-2003-0012060 A (조용철) 2003.02.12 요약, 페이지 3-5 및 청구항 제1항 참조	1-17	A	JP 2009-163443 A (MEKIKI:KK 외 1명) 2009.07.23 요약, 문단[0009] - [0017] 및 청구항 제1항 참조	1-17
카테고리*	인용문헌명 및 관련 구절(해당하는 경우)의 기재	관련 청구항															
A	KR 10-2006-0093947 A (김태훈) 2006.08.28 요약, 페이지 2-3 및 청구항 제1항 참조	1-17															
A	KR 10-2005-0105572 A (주식회사 인터파크지마켓) 2005.11.04 요약, 청구항 제1항, 제3항 및 페이지 3-6 참조	1-17															
A	KR 10-2003-0012060 A (조용철) 2003.02.12 요약, 페이지 3-5 및 청구항 제1항 참조	1-17															
A	JP 2009-163443 A (MEKIKI:KK 외 1명) 2009.07.23 요약, 문단[0009] - [0017] 및 청구항 제1항 참조	1-17															
☐ 추가 문헌이 C(계속)에 기재되어 있습니다. ☒ 대응특허에 관한 별지를 참조하십시오.																	
* 인용된 문헌의 특별 카테고리: “A” 특별히 관련이 없는 것으로 보이는 일반적인 기술수준을 정의한 문헌 “E” 국제출원일보다 빠른 출원일 또는 우선일을 가지나 국제출원일 이후에 공개된 선출원 또는 특허 문헌 “L” 우선권 주장에 의문을 제기하는 문헌 또는 다른 인용문헌의 공개일 또는 다른 특별한 이유(이유를 명시)를 밝히기 위하여 인용된 문헌 “O” 구두 개시, 사용, 전시 또는 기타 수단을 언급하고 있는 문헌 “P” 우선일 이후에 공개되었으나 국제출원일 이전에 공개된 문헌 “T” 국제출원일 또는 우선일 후에 공개된 문헌으로, 출원과 상충하지 않으며 발명의 기초가 되는 원리나 이론을 이해하기 위해 인용된 문헌 “X” 특별한 관련이 있는 문헌. 해당 문헌 하나만으로 청구된 발명의 신구성 또는 진보성이 없는 것으로 본다. “Y” 특별한 관련이 있는 문헌. 해당 문헌이 하나 이상의 다른 문헌과 조합하는 경우로 그 조합이 당업자에게 자명한 경우 청구된 발명은 진보성이 없는 것으로 본다. “&” 동일한 대응특허문헌에 속하는 문헌																	
국제조사의 실제 완료일 2012년 03월 31일 (31.03.2012)		국제조사보고서 발송일 2012년 04월 04일 (04.04.2012)															
ISA/KR의 명칭 및 우편주소  대한민국 특허청 (302-701) 대전광역시 서구 청사로 189, 정부대전청사 팩스 번호 82-42-472-7140		심사관 오응기 전화번호 82-42-481-5929 															

국제조사보고서에서 인용된 특허문헌	공개일	대응특허문헌	공개일
KR 10-2006-0093947 A	2006.08.28	없음	
KR 10-2005-0105572 A	2005.11.04	없음	
KR 10-2003-0012060 A	2003.02.12	없음	
JP 2009-163443 A	2009.07.23	없음	