

(19)대한민국특허청(KR) (12) 등록특허공보(B1)

(51) 。 Int. Cl. 7
G06F 17/60D0

(45) 공고일자 2003년06월02일
(11) 등록번호 10-0386016
(24) 등록일자 2003년05월20일

(21) 출원번호 10-2000-0082680
(22) 출원일자 2000년12월27일

(65) 공개번호 특2002-0054057
(43) 공개일자 2002년07월06일

(73) 특허권자 주식회사 비즈모델라인
서울특별시 강남구 역삼동 830-67 타호비즈니스센타

(72) 발명자 김재형
서울특별시종로구구기동40동익빌라4-203

김지한
서울특별시서초구반포4동미도아파트307-701

홍종철
서울특별시관악구신림4동466-39번지

권봉기
경기도안양시만안구안양1동193-5(31/4)

심사관 : 허영한

(54) 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템

요약

본 발명은 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템에 관한 것으로, 무선 통신 기기간 광고 메일의 송·수신 및 추적, 관리를 원활히 수행함으로써, 광고 대행자 서버 시스템으로부터 수신한 1차 광고 메일을 클라이언트의 확인 과정을 통해 상기 클라이언트 무선 통신 기기내 기 저장된 주소지를 이용하여 다른 클라이언트의 무선 통신 기기로 자동 재전송하며, 상기 광고 메일의 1차 수신단계부터 무선 통신 기기내 기 저장된 주소록의 다른 전자 우편 계정으로 광고 메일을 재발송 하는 2차 전송단계까지 상기 클라이언트의 모든 작업을 추적·관리하여 무선 광고 메일 전달의 활성화 및 상기 클라이언트의 광고 메일 전달에 따른 인센티브를 효과적으로 상정하여 지급하는 것이다.

대표도

도 7

색인어

무선 광고메일, 주소록, 광고메일 추적·관리

명세서

도면의 간단한 설명

도 1은 기존의 전자 우편 계정으로 광고 메일을 발송하는 시스템 구성도이다.

도 2는 기존의 일반적인 무선 Email을 이용한 광고 시스템에 대한 구성도이다.

도 3은 본 발명에 따른 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템에 대한 기본 구성도이다.

도 4는 메일 브라우저의 무선 전자 우편 인터페이스를 통해 광고 메일이 도착했음을 알리는 화면 출력의 일실시예도이다.

도 5는 해당 광고 메일을 화면에 출력한 일실시예도이다.

도 6은 사용자 인터페이스를 통해 해당 광고 메일을 주소록에 있는 다른 전자 우편 계정으로 재발송 하는 작업에 대한 인증과정을 보여주는 일실시예도이다.

도 7은 광고 대행자로부터 1차 광고 수용자에게 메일이 전달되고, 해당 메일이 2차 광고 수용자로 재 발송되는 시스템에 대한 구성도이다.

도 8은 수신 메일로부터 광고 메일을 분리하여 광고 편지함에 저장하는 과정에 대한 흐름도이다.

도 9는 광고 편지함에 저장되어 있는 광고 메일을 광고 수용자에게 노출시키고, 수익 분배를 추가하고, 사용자의 확인 과정을 통해 주소록에 저장되어 있는 전자 우편 계정으로 광고를 재발송하는 과정에 대한 흐름도이다.

<도면의 주요 부분에 대한 설명>

10 : 광고주 20 : 광고대행자

21 : 응용서버 22 : DB서버

23 : 발송관리서버 24 : 분석서버

25 : SMTP 서버 26 : 추적서버

30 : 망운용보전장치 40 : 메일서버

41 : POP3/IMAP 서버 42 : SMPT 서버

43 : 게이트웨이 50 : 메일브라우저

51 : SMTP 에이전트 52 : POP3/IMAP 에이전트

53 : 무선전자우편인터페이스 54 : 주소록

55 : 화면출력부 56 : 받은편지함

57 : 보낸편지함 58 : 보낸편지함

59 : 지운편지함 60 : 임시보관함

61 : 무선전자우편광고시스템(다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템)

62 : 광고메일수신부 63 : 광고메일필터

64 : 광고메일 처리 에이전트 65 : 광고편지함

66 : 광고메일 재발송부 67 : 사용자 인증부

68 : 수익분배키 처리부 69 : 광고메일 재발송 에이전트

70 : 광고메일 추적 에이전트 71 : 사용자 인터페이스

80A : 1차 광고수용자 (56-60)A : 1차 광고수용자 편지함

51A : 1차 광고수용자 SMTP 에이전트

52A : 1차 광고수용자 POP3/IMAP 에이전트

53A : 1차 광고수용자 무선전자우편인터페이스

54A : 1차 광고수용자 주소록

55A : 1차 광고수용자 화면출력부

62A : 1차 광고수용자 광고메일 수신부

66A : 1차 광고수용자 광고메일 재발송부

70A : 1차 광고수용자 광고메일 추적에이전트

71A : 1차 광고수용자 사용자 인터페이스

80B : 2차 광고수용자 (56-60)B : 2차 광고수용자 편지함

51B : 2차 광고수용자 SMTP 에이전트

52B : 2차 광고수용자 POP3/IMAP 에이전트

53B : 2차 광고수용자 무선전자우편인터페이스

54B : 2차 광고수용자 주소록

55B : 2차 광고수용자 화면출력부

62B : 2차 광고수용자 광고메일 수신부

66B : 2차 광고수용자 광고메일 재발송부

70B : 2차 광고수용자 광고메일 추적에이전트

71B : 2차 광고수용자 사용자 인터페이스

발명의 상세한 설명

발명의 목적

발명이 속하는 기술 및 그 분야의 종래기술

본 발명은 무선 통신 기기 간 광고 메일의 송·수신 및 추적, 관리를 원활히 수행함으로써, 광고 대행자 서버 시스템으로부터 수신한 1차 광고 메일을 클라이언트의 확인 과정을 통해 상기 클라이언트 무선 통신 기기 내 기 저장된 주소지를 이용하여 다른 클라이언트의 무선 통신 기기로 자동 재전송하며, 상기 광고 메일의 1차 수신단계부터 무선 통신 기기 내 기 저장된 주소록의 다른 전자 우편 계정으로 광고 메일을 재발송 하는 2차 전송단계까지 상기 클라이언트의 모든 작업을 추적·관리하여 무선 광고 메일 전달의 활성화 및 상기 클라이언트의 광고 메일 전달에 따른 인센티브를 효과적으로 상정하여 지급하는 것이다.

광고는 명시된 광고주가 사람의 대화가 아닌 정보전달매체를 이용하여 서비스, 생각, 사람, 조직단체 등을 포함하는 상품을 소개하거나 판매를 촉진하는 활동이다.

기존 오프라인 광고는 전달매체의 종류에 따라 매스미디어(Mass Media)를 이용하는 광고와 이것을 보조하는 비(非)매스미디어 광고로 나눌 수 있다. 매스미디어 광고는 신문, 잡지, 라디오, 그리고 텔레비전 등을 전달매체로 이용하는 광고 방법이고, 비 매스미디어 광고는 옥외 시설물, 교통 시스템, 영화, DM(Direct Marketing or Direct Mail)발송, 신문 삽입지, POP(Point of Purchase), 그리고 증정품이나 경품 등을 전달매체로 이용하는 광고 방법이다.

매스미디어 광고 중에서 신문은 광고주의 의도를 가장 빠르게 전달할 수 있는 즉시성, 지역신문 또는 전국 일간지의 지방판을 이용하여 해당 지역에 한정된 광고를 수용할 수 있는 지역성, 대량의 발행부수와 시간적 공간적 한계를 극복하여 다양한 계층의 소비자들에게 전달되는 광역 도달 범위, 그리고 인쇄 매체를 이용하기 때문에 발생하는 광고 상품에 대한 카탈로그적 가치 등과 같은 장점이 있다. 반면에 인쇄 기술의 한계로 인하여 색상의 표현 등이 다른 인쇄 매체보다 떨어지고, 신문의 수명이 평균적으로 하루를 넘지 못하기 때문에 발생하는 낮은 회람율이 신문을 이용하는 광고의 단점이다.

매스미디어 광고 중에서 잡지는 콘텐츠 전문화에 의한 특정계층에게 필요한 광고를 할 수 있는 광고 수용 계층의 선택성, 신문에 비해 광고물의 색상을 실물과 가깝게 표현할 수 있는 생상의 재현성, 그리고 최소 일주일에서 3개월에 이르는 긴 수명에 의해 발행부수보다 더 많은 수용 계층을 확보할 수 있는 장점이 있다. 반면에 광고주의 의지가 광고 노출까지 걸리는 시간이 길고, 잡지를 회람하는 독자들의 시차에 의해 발생하는 마케팅 목표 시간 상실이 잡지를 이용하는 광고의 단점이다.

매스미디어 광고 중에서 텔레비전은 다른 매스미디어에 비해서 시각과 청각을 동시에 활용하여 광고를 할 수 있다는 시청각적인 제시(Audiovisual Demonstration), 전국적 방송과 지방 방송을 이용하여 전국은 물론 특정 지방에 한정된 광고를 수용할 수 있는 신속성, 그리고 특정 계층을 대상으로 하는 텔레비전 프로그램의 전후에 광고를 삽입함으로써 특정 수용 계층에 광고를 전달할 수 있는 선별성과 효율성과 같은 장점이 있다. 반면에 광고 메시지 전달이 짧은 시간에 이루어지기 때문에 메시지 회상(Message Recall)을 위해 반복적인 전달을 해야만 하고, 이 과정에서 대규모 광고 비용이 소모되며, 방송시간의 일부를 할애하여 광고를 하기 때문에 카탈로그적 가치가 없고, 특정 방송국의 일부 방송 시간대에 수용 과잉으로 인해 광고 집행이 어렵고, 텔레비전이 미치는 막강한 영향력 때문에 규제가 심한 것이 텔레비전을 이용하는 광고의 단점이다.

매스미디어 광고 중에서 라디오는 방송 프로그램 전문화(Program Specialization)에 의해 특정 수용 계층에 대한 선별성, 메시지 회상을 위한 반복 전달과정에서 소모되는 비용이 텔레비전보다 저렴한 광고 비용, 자가용 운전차 및 출퇴근 시간대의 교통 인구에 대한 수용 계층의 선별성, 그리고 전국적 광고와 지방광고를 모두 수용할 수 있는 신속성과 같은 장점이 있다. 반면에 광고 메시지 전달이 청각에 의존하기 때문에 효과적인 메시지 회상이 어렵고, 다른 매체에 비해 광고 수용 계층의 측정자료가 부족한 것이 라디오를 이용한 광고의 단점이다.

비 매스미디어 광고는 기 서술한 매스미디어 광고 이외의 다른 전달매체를 사용하며, 인쇄를 이용하는 경우에 신문 및 잡지와 비슷한 특징이 있고, 영상 및 음성을 이용하는 경우에 텔레비전 또는 라디오와 비슷한 특징이 있다. 이외에 특징적인 비 매스미디어 광고로는 DM(Direct Marketing, Direct Mail)이 있다.

비 매스미디어 광고 중에서 DM은 기 확보된 수신자 정보를 이용하여 광고를 하기 때문에 광고 수용 계층에 대한 선별성이 다른 광고 수단 보다 우수하고, DM 회신에 의해 광고 반응을 측정할 수 있으며, 광고 수용 계층의 지역을 선별할 수 있으며, 카탈로그적 가치가 우수하다. 반면에 DM은 인쇄의 질, 부피, 그리고 발송 수에 의해 비용이 증가할 수 있는 가능성이 있으며, 잦은 인구 이동에 의해 모든 목표 광고 수용 계층에게 전달되지 않고 많은 DM이 반송되며, 소비자들이 DM을 받는 시간차에 의해 마케팅 목표 시간을 상실 할 수 있는 문제점이 있다.

현재 기 서술한 다양한 광고 수단은 많은 검증 과정을 통해 그 효과가 입증되었고, 많은 광고주들로부터 여전히 좋은 평가를 받고 있다. 그러나 인터넷 인프라의 확보 되고, 초고속 인터넷 서비스를 이용한 홈 네트워크 시스템의 발전 등으로 인하여 인터넷 인구가 새로운 고객으로 부상했다. 이런 광고 수용 계층을 목표로 하는 인터넷 광고는 기존 오프라인 광고의 장점들을 수용하면서, 온라인만이 가지고 있는 또 다른 여러 특징과 장점을 가지고 있다.

인터넷 광고는 기업 또는 개인의 홈페이지를 이용하는 웹사이트 광고와 인터넷 사용자의 전자 우편을 이용하는 Email 광고가 있으며, 웹사이트 광고는 기존 오프라인의 매스미디어 광고를 모델로 하여 전달 매체를 인터넷을 이용한 사이버 공간으로 확대한 것이고, Email 광고는 우편물을 이용하는 DM 발송을 광고 수용 계층이 사용하는 전자 우편 시스템으로 확대한 것이다.

인터넷 광고 중에서 웹사이트 광고는 기존 오프라인 광고의 단방향적이고 일방적인 광고 시스템을 광고주 및 광고 대행자와 광고 수용 계층의 상호작용(Interactive)이 가능한 양방향 광고가 가능하고, 회원등록 및 관리와 커뮤니티 활성화 등을 이용하여 광고 수용 계층의 연령, 취미, 선호등과 같은 정보를 분석하고 분류하여 기존 오프라인에서는 거의 불가능했던 목표 마케팅(Target Marketing)이 가능하며, 웹사이트 및 배너 히트 수를 이용하여 광고의 노출 빈도를 계산하고, 이것을 통해 광고 효과의 수치적 측정 및 분석이 가능하다. 그리고 기존 오프라인의 텔레비전과 거의 동일한 멀티미디어 광고를 할 수 있으면서도 시간적 공간적 제약을 극복할 수 있는 장점이 있으며, 광고 수용 계층 입장에서 광고에 노출되는 행동에 수익을 발생시킴으로써 적극적인 광고 수용이 가능한 장점이 있다. 그러나 이와 같은 웹

사이트 광고는 광고 수용 계층이 반드시 해당 웹사이트를 방문 하거나 배너를 클릭함으로써 이루어지기 때문에 광고 수용 단계까지 많은 노력이 필요하며, 회원 정보가 광고주 또는 광고 대행자의 내부 데이터베이스에만 한정되기 때문에 불특정 다수에 대한 대량 광고가 어려울 뿐만 아니라 회원 정보의 수정이 쉽지 않다.

인터넷 광고 중에서 Email 광고는 웹사이트 광고의 단점인 수동적인 광고를 극복하기 위하여 기존 오프라인의 DM 광고와 유사한 방법으로 도면1과 같이 특정 전자 우편 계정으로 광고 메일을 발송한다. 광고주로부터 Email 광고를 의뢰 받은 광고 대행자는 불특정 전자 우편 또는 전자 우편 사용자로부터 허가 받은 계정으로 광고 메일을 발송한다. 이렇게 발송된 광고 메일은 광고 수용자의 SMTP 서버로 전송되고, 사용자는 자신이 필요한 시간에 해당 광고 메일을 확인하게 된다. 만약 광고 메일 안에 사용자로부터 회신 받고자 하는 정보를 삽입하면, 전자 우편 사용자로부터 해당 정보를 받을 수 있다. 이와 같은 Email 광고는 광고 수용 계층이 특정 사이트를 방문하지 않더라도 광고에 노출될 수 있는 방법을 제공하며, 광고주와 광고 대행자가 상품 광고 이외에 다양한 콘텐츠와 함께 Email을 발송함으로써 광고 수용계층이 광고에 쉽게 노출될 수 있는 다양한 방법을 제공한다. 그러나 Email 광고 역시 회원 정보 및 광고 수용 계층이 광고주 또는 광고 대행자의 내부 데이터베이스에 의존하며, 잦은 메일 계정 변화에 적응하지 못하고 발송된 메일이 수신 서버의 계정에 도착하지 않거나, 사용자가 더 이상 이용하지 않는 메일 주소로 광고 메일을 보냄으로써 네트워크 자원을 고갈시키고, 효과를 정확히 확인할 수 없는 광고비용을 광고주에게 부담시키는 원인으로 작용하고 있다.

무선 인터넷 광고는 기 서술한 오프라인 광고와 인터넷 광고의 특징을 그대로 수용하면서, 무선 시스템이 가지고 있는 이동성과 휴대성을 이용하여 시간적 공간적 제약에서 보다 자유로워진 광고 수단으로 등장했다. 뿐만 아니라 기존 유선 인터넷 광고에서는 거의 불가능했던 인터넷 시장과 기존 오프라인 시장을 시간적 및 공간적 연결할 수 있는 새로운 방법으로 제시되고 있다. 그러나 무선 통신 단말기의 성능상의 문제와 유선 인터넷과 달리 Air-Time에 통신 요금이 부과되는 유료화 서비스 때문에 웹사이트 광고보다는 무선 Email 광고가 많이 이용되고 있다.

도면2는 일반적인 무선 Email을 이용한 광고 시스템에 대한 블록도이다. 무선 Email 광고의 전체적인 시스템은 유선 인터넷의 Email 광고 방법과 유사하다. 다만, 유선 인터넷의 Email 브라우저가 유선 인터넷 망의 클라이언트에 존재하는 반면, 무선 Email 브라우저는 무선 단말기에 존재하는 것이 다른점이다.

무선 Email 광고는 광고주가 의뢰한 광고를 광고 대행자가 이동통신 사업자의 망운용보전장치의 데이터베이스를 참조하여 무선 단말기 사용자의 계정에 광고 메일을 전송한다. 이렇게 전송된 광고 메일 안에 사용자의 회신 정보를 삽입하면, 해당 사용자로부터 필요한 정보를 받을 수 있다. 그러나 현재 까지 무선 단말기에서 수신할 수 있는 Email은 대부분 문자기반 정보이기 때문에, 무선 Email 광고는 경우에 따라 메일 계정보다 SMS(Short Message Service)를 이용하여 해당 무선 단말기 사용자에게 전송할 수도 있다. 만약 무선 Email 광고가 메일 계정을 통해서 전송되지 않고, SMS를 이용하는 경우에는 도면2의 메일서버와 게이트웨이 대신에 SMC(Short Message Center)를 경유하여 전송된다.

그러나, 이와 같은 무선 인터넷 광고 역시 회원 정보가 광고 대행자의 내부 데이터베이스 또는 망운용보전장치에 의존하고 있기 때문에, 기 서술한 유선 인터넷 광고의 문제점을 그대로 포함할 수 밖에 없는 단점이 있다.

발명이 이루고자 하는 기술적 과제

상기와 같은 문제점을 해결하기 위해 본 발명은 무선 통신 기기간 광고 메일의 송·수신 및 추적, 관리를 원활히 수행함으로써, 광고 대행자 서버 시스템으로부터 수신한 1차 광고 메일을 클라이언트의 확인 과정을 통해 상기 클라이언트 무선 통신 기기내 기 저장된 주소지를 이용하여 다른 클라이언트의 무선 통신 기기로 자동 재전송하며, 상기 광고 메일의 1차 수신단계부터 무선 통신 기기내 기 저장된 주소록의 다른 전자 우편 계정으로 광고 메일을 재발송 하는 2차 전송단계까지 상기 클라이언트의 모든 작업을 추적·관리하여 무선 광고 메일 전달의 활성화 및 상기 클라이언트의 광고 메일 전달에 따른 인센티브를 효과적으로 상정하여 지급하는 방법 및 시스템을 제공함에 그 목적이 있다.

발명의 구성 및 작용

본 발명은 무선 통신 기기간 광고 메일의 송·수신 및 추적, 관리를 원활히 수행함으로써, 광고 대행자 서버 시스템으로부터 수신한 1차 광고 메일을 클라이언트의 확인 과정을 통해 상기 클라이언트 무선 통신 기기내 기 저장된 주소지를 이용하여 다른 클라이언트의 무선 통신 기기로 자동 재전송하며, 상기 광고 메일의 1차 수신단계부터 무선 통신 기기내 기 저장된 주소록의 다른 전자 우편 계정으로 광고 메일을 재발송 하는 2차 전송단계까지 상기 클라이언트의 모든 작업을 추적·관리하여 무선 광고 메일 전달의 활성화 및 상기 클라이언트의 광고 메일 전달에 따른 인센티브를 효과적으로 상정하여 지급하는 것이다.

이하 첨부된 도면을 참조하여 본 발명의 실시예를 상세히 설명한다. 단, 다음의 실시예는 본 발명을 가장 적절하게 설명하기 위한 여러 가지 방법 중 한 가지이며, 본 발명이 다음의 실시예로 한정되지는 않는다. 한 예로 클라이언트서버(Client/Server) 기반 무선 인터넷에서 무선 통신 단말기 사용자의 메일 송수신 서버는 유선 인터넷 내부에 존재하지만, 무선 인터넷 직접 통신(Mobile-To-Mobile Direct Communication)에서는 메일 송수신 서버가 단말기 내부에 존재할 수 있다. 본 발명은 적절한 실시예를 위해 현재 일반적으로 사용되는 CS기반 무선 인터넷을 이용하여 발명의 구성 및 작용을 설명한다.

본 발명은 무선 통신 단말기에 기 탑재되어 있는 메일 브라우저에 플러그인(Plug-In)의 형태로 무선 전자 우편 광고 시스템(Mobile Advertising Email System)을 추가하거나, 또는 SMTP/POP3/IMAP 에이전트와 같은 메일 브라우저 기능을 포함하고 있는 무선 전자 우편 광고 응용프로그램(Mobile Advertising Email Application)을 설치함으로써

이루어진다.

도면3은 본 발명의 실시예를 설명하기 위해 무선 통신 기기에 기 탑재되어 있는 메일 브라우저에 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템을 플러그인 형태로 탑재하고 있는 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템에 대한 블록도이다.

도면3의 광고 대행자 서버 시스템은 플러그인의 형태로 탑재되어 있는 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템의 기능에 의존적이며, 본 발명의 실시예에서는 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템의 효과적인 설명을 위해, 광고 대행자 서버(20) 시스템을 광고 메일을 생성하고 관리하는 인터페이스 역할을 하는 응용 서버(Application Server(21)), 광고 메일의 스케줄링과 모니터링 기능을 담당하는 발송 관리 서버(Delivery Manager Server(23)), 실질적으로 광고 메일 발송을 담당하는 SMTP 서버(25), 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템의 작업을 추적하는 추적 서버(Tracking Server(26)), 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템의 추적된 작업을 분석하는 분석 서버(Analyzer Server(26)), 그리고 망운용보전장치(30), 분석 서버(24), 응용 서버(21)와 상호 작용하면서 광고 메일 및 광고 수용계층에 대한 정보를 관리하는 데이터베이스 서버(DataBase Server(22)) 등으로 분리하여 설명한다.

광고 대행자 서버(20) 시스템에 대하여 간단히 설명하면 다음과 같다.

광고 대행자 서버(20) 시스템의 응용 서버(21)는 광고주로부터 의뢰 받은 광고를 무선 인터넷에서 사용 가능한 전자 우편의 형태로 가공하고, 캠페인(Campaign) 또는 설문 기능을 광고 메일에 삽입한 후, DB 서버로부터 전자 우편을 1차로 발송할 계정 정보를 참조하여 발송 관리 서버로 전달하는 인터페이스 역할을 수행한다. 그리고 응용서버는 광고 메일 발송, 추적, 분석, 관리에 대한 전반적인 관리 기능을 담당한다.

광고 대행자 서버(20) 시스템의 발송 관리 서버(23)는 메일 발송에 대한 계획을 수립(Scheduling)하고, 발송되는 메일을 관리(Monitoring)하는 기능을 담당한다. 그리고 대용량 광고 메일을 발송할 때 발생하는 시스템 부하를 해결하기 위해 로드 밸런싱(Load Balancing) 기능을 탑재하고 있으며, 광고 메일이 발송된 후 추적 서버가 광고 수용자의 모든 작업 추적하도록 지시한다.

광고 대행자 서버(20) 시스템의 SMTP 서버(25)는 실질적으로 광고 메일을 발송하는 업무를 담당하며, DNS Cache 및 Refresh 기능을 이용하여 광고 메일 발송시간이 최소화 되도록 관리한다.

광고 대행자 서버(20) 시스템의 추적 서버(26)는 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템의 광고 메일 추적 에이전트와 상호 작용하면서 광고 수용계층에서 해당 광고 메일에 대한 모든 작업을 추적하고, 추적 정보를 분류하는 업무를 담당한다.

광고 대행자 서버(20) 시스템의 분석 서버(24)는 추적 서버(26)로부터 분류된 추적 정보를 분석하고, 광고주 또는 마케팅 마케터가 필요한 정보를 생성하는 업무를 담당한다.

광고 대행자 서버(20) 시스템의 DB 서버(22)는 이동 통신 사업자의 망운용보전장치(30)를 참조하여 광고 메일의 수용자에 대한 정보, 추적 서버(26) 및 분석 서버(24)로부터 생성된 정보 등을 저장하고 관리하는 업무를 담당한다.

도면3의 광고 메일 브라우저는(50) 메일 서버(40)로부터 메일을 수신하는 POP3/IMAP 에이전트(52)와, 메일을 발송하는 SMTP 에이전트(51), 송수신 메일을 저장하고 있는 편지함(56-60), 화면 출력부(55), 무선 통신 단말기 사용자와 관계를 맺고 있는 다양한 전자 우편 계정 정보가 저장되어 주소록(54), 그리고 기 서술된 내용을 연결하고 관리하는 무선 전자 우편 인터페이스(53) 등으로 이루어져 있다. 또한 무선 전자 우편 인터페이스(53)는 메일 브라우저(50)와 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템과 연동하기 위한 인터페이스를 제공한다.

도면3의 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템(61)은 광고 메일 수신 단계부터 해당 광고를 수용하고 주소록의 다른 전자 우편 계정으로 광고 메일을 재발송하는 단계까지 광고 수용자의 모든 작업을 추적하는 광고 메일 추적 에이전트(70)와 광고 메일 수신부(62) 및 광고 메일 재발송부(66)로 이루어져 있다. 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템(61)의 광고 메일 수신부(62)는 광고 메일 필터(63)와 광고 메일 처리 에이전트(64)로 이루어져 있고, 광고 메일 재발송부(66)는 사용자 인증부(67), 수익 분배키 처리부(68), 광고 메일 재발송 에이전트(69)로 이루어져 있다. 모든 작업은 광고 메일 추적 에이전트(70)를 통해 광고 대행자 서버(20) 시스템의 추적 서버(26)로 전송된다.

광고 메일 수신부(62)의 광고 메일 필터(63)는 마케팅 목표 시간을 경과한 광고 메일과 광고 메일 재발송부(66)로부터 발송한 메일이 재수신 되는 경우에 해당 광고 메일을 필터링한다. 광고 메일 필터(63)를 통과한 유효한 광고 메일은 광고 편지함(65)에 저장된다.

광고 메일 수신부(62)의 광고 메일 처리 에이전트(64)는 메일 브라우저의 무선 전자 우편 인터페이스(53)를 통해 도면4와 같이 화면 출력부(55)에 광고 메일이 도착했음을 알리고, 도면5와 같이 해당 광고 메일을 화면에 출력한다.

광고 메일 재발송부(66)의 사용자 인증부(67)는 광고 메일 수신부(62)의 광고 메일 처리 에이전트(64)가 해당 광고를 화면에 출력한 후, 광고 메일 추적 에이전트(70)에 의해 도면6과 같이 호출된다. 사용자 인증부(67)는 해당 광고 메일을 재발송 했을 때 재발송자에게 발생하는 수익금을 확인하고, 사용자 인터페이스(71)를 통해 해당 광고 메일을 주소록(54)에 있는 다른 전자 우편 계정으로 재발송 하는 작업에 대한 인증과정을 담당한다.

광고 메일 재발송부(66)의 수익 분배키 처리부(68)는 재발송 되는 광고 메일에 현 광고 수용자의 수익분배키를 도면4와 같이 추가하는 업무를 담당한다. 수익 분배키는 해당 광고 메일을 수신하고 수용한 순서대로 고유의 키값이 광고 메일에 추가됨으로써, 광고 대행자 서버(20) 시스템의 추적 서버(26)가 해당 광고 메일을 추적하도록 유도한다. 그리고 수익 분배키는 광고 수용자가 광고를 보고 재발송 하는 행위에 대하여 일정한 금액의 수익을 창출 시키게 하고, 이것을 다른 광고 수용자에 의해 재발송 되는 회수 만큼 반복 되도록 한다. 본 발명에서 수익 분배키는 광고 메일을 발송 또는 재발송하는 현 광고 수용자에게 해당 광고 수용에 따른 인센티브 및 수익을 상정하는 정보로서, 광고 메일을 수용한 메일 클라이언트에서 문자나 숫자, 또는 문자와 숫자의 조합으로 생성되며, 각 메일 클라이언트가 생성하는 수익 분배키는 동일한 구조로 이루어져 있다. 본 발명에 따르면, 수익 분배키의 구조는 기본적으로 광고 메일의 재발송 횟수, 추적 서버(26)가 광고 메일을 재발송한 상위 메일 클라이언트를 확인할 수 있는 해당 메일 클라이언트의 고유 정

보, 광고 메일의 수용에 따른 인센티브 및 수익 상정 정보, 그리고 해당 광고 메일의 유효 기간 등이 문자나 숫자 또는 문자와 숫자의 조합으로 코드화 되어 포함되는 것이 바람직하다. 수익 분배키의 재발송 횟수는 현 광고 수용자가 1차 광고 메일의 발송으로부터 몇 번째 단계에 있는 메일 클라이언트인지를 확인하는 정보로서, 각각의 메일 클라이언트로부터 광고 메일이 재발송되는 과정에서 순차적으로 증가한다. 예를 들어, 수익 분배키가 24자리 숫자로 이루어져 있고, 재발송 횟수가 최대 999까지 가능하며, 현재 재발송 횟수가 64번째라면, 수익 분배키는 "064xxxxxxxxxxxxppppyyymmdd"와 같은 구조가 된다. 수익 분배키의 메일 클라이언트 고유 정보는 현 광고 수용자에게 인센티브 및 수익을 분배하기 위해 필요한 광고 수용자에 대한 정보로서, 무선 인터넷 및 이동 통신망에서 유일한 메일 클라이언트 정보이다. 예를 들어, 수익 분배키가 24자리 숫자로 이루어져 있고, 메일 클라이언트 고유 정보가 해당 무선 통신 기기의 11자리 전화 번호이며, 해당 메일 클라이언트의 전화 번호가 011-2345-6789이라면, 수익분배키는 "nnn01123456789ppppyyymmdd"와 같은 구조가 된다. 수익 분배키의 인센티브 및 수익 상정 정보는 현 광고 수용자에게 제공될 인센티브 및 수익을 분배하기 위해 필요한 인센티브 및 수익 계산 정보로서, 재전송 횟수와 결합하여 현 광고 수용자에게 지급할 인센티브 및 수익을 계산하는 수익 상정 비율이나, 현 광고 수용자에게 지급할 금액에 해당하는 정보이다. 예를 들어, 수익 분배키가 24자리 숫자로 이루어져 있고, 인센티브 및 수익 상정 비율이 소숫점 두자리의 유효숫자를 갖는 백분율이며, 해당 인센티브 및 수익 상정 정보의 백분율이 12.35%라면, 수익분배키는 소수점 제외하고 "nnnnxxxxxxxxxxxx1235yyymmdd"와 같은 구조가 된다. 또는, 해당 인센티브 및 수익 상정 정보의 수익 지급 금액이 500원이라면, 수익 분배키는 "nnnnxxxxxxxxxxxx0500yyymmdd"와 같은 구조가 된다. 수익 분배키의 광고 메일 유효 기간은 광고 메일에 대한 인센티브 및 수익 분배를 종료하는 시기에 대한 정보로서, 메일 클라이언트에 도달한 광고 메일의 유효기간이 해당 해당 메일 클라이언트 시간을 기준으로 경과하면, 메일 클라이언트는 해당 광고 메일을 재발송하지 않고 삭제한다. 예를 들어, 수익 분배키가 24자리 숫자로 이루어져 있고, 광고 메일 유효 기간이 2자리의 연월일이며, 해당 광고 메일의 유효기간이 2001년 12월 25일이라면, 수익 분배키는 "nnnnxxxxxxxxxxxxpppp011225"와 같은 구조가 된다. 그러나, 상기에서 예시한 수익 분배키의 구조는 본 발명을 실시하는 당업자의 실시 방법에 따라 확대 및 축소되거나, 일부 정보가 추가 되거나 삭제될 수 있다. 그러나, 어떤 경우에도 현 광고 수용자의 전화 번호와 같은 현 광고 수용자의 고유 정보는 반드시 포함된다. 본 발명의 수익 분배키 처리부(68)가 수익 분배키를 생성하는 방법은, 수익 분배키가 상기 설명한 24자리의 숫자로 이루어진 경우, 현 광고 수용자에게 광고 메일을 발송한 상위 메일 클라이언트의 수익 분배키를 복사한 후, 수익 분배키 구조 상의 재전송 횟수에 1을 더하고, 메일 클라이언트 고유 정보 영역을 현 광고 수용자로 변경하는 과정을 통해 이루어진다. 상기와 같이 현 광고 수용자에서 생성된 수익 분배키는 광고 메일 재발송 에이전트에 의해 주소록에 포함된 다른 메일 클라이언트로 재발송 되는 과정을 통해 분배된다. 즉, 현 광고 수용자의 수익 분배키는 해당 광고 메일을 다음 광고 수용자의 메일 클라이언트로 재발송하면, 해당 메일 클라이언트가 현 광고 수용자의 수익 분배키를 근거로 해당 광고 수용자에 적합한 수익 분배키를 생성하는 과정을 통해 수익 분배키가 배분된다.

광고 메일 재발송부(66)의 광고 메일 재발송 에이전트(69)는 메일 브라우저(50)의 주소록(54)을 참조하여 재발송할 메일 계정을 확인한 후, 해당 메일 계정으로 SMTP 에이전트(51)를 이용하여 광고 메일을 재발송 한다. 만약 즉시 재발송 할 수 없거나, 사용자가 해당 작업을 예약한다면, 광고 메일 재발송 에이전트는 재발송에 대한 계획을 수립하고, 모든 작업이 완료될 때까지 재발송에 관련된 모든 작업을 관리한다.

도면7은 광고 대행자로부터 1차 광고 수용자에게 메일이 전달되고, 해당 메일이 2차 광고 수용자로 재 발송되는 시스템에 대한 블록도이다.

광고 대행자 서버(20) 시스템은 광고 메일을 1차 광고 수용자(80A)의 메일 서버(40)로 발송한다. 1차 광고 수용자(80A)는 메일 서버(40)로부터 광고 메일을 수신하고, 메일 브라우저(50)의 무선 전자 우편 인터페이스(53A)는 광고 메일을 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템의 광고 메일 수신부(62A)로 전달한다. 광고 메일 수신부(62A)는 해당 메일을 필터링하고, 그 중에서 유효한 메일을 화면에 출력한다. 광고 메일 재발송부(66A)는 사용자 인터페이스(71A)를 통해 사용자 인증을 거친 후, 해당 광고 메일에 수익 분배키를 추가하고, 주소록(54A)에 저장되어 있는 다른 메일 계정으로 재발송한다. 이 모든 과정은 광고 메일 추적 에이전트(70A)에 의해 광고 대행자의 추적 서버(26)에 보고되어진다.

기 서술된 과정을 통해 1차 광고 수용자(80A)로부터 재발송된 광고 메일은 광고 대행자를 거치지 않고, 2차 광고 수용자(80B)로 전달된다. 재발송된 광고 메일을 수신한 2차 광고 수용자(80B)는 1차 광고 수용자(80A)와 동일한 과정을 통해 광고 메일을 수용하고, 수익 분배키를 추가한 후, 주소록(54B)에 저장되어 있는 다른 메일 계정으로 광고 메일을 재발송한다. 물론 2차 광고 수용자(80B)의 모든 작업은 1차 광고 수용자(80A)와 마찬가지로 다단계 무선 광고 메일 추적 및 관리 시스템의 광고 메일 추적 에이전트(70B)에 의해 광고 대행자 서버(20) 시스템의 추적 서버(26)에 보고된다.

광고 대행자 서버(20) 시스템의 추적 서버(26) 및 분석 서버(24)는 1차 광고 수용자(80A)와 2차 광고 수용자(80B)로부터 수신한 추적 정보를 바탕으로 광고에 대한 수익을 주어진 규칙에 의거하여 분배한다. 이 작업은 해당 광고 메일이 무선 인터넷 망에서 마케팅 목표 시간에 도달할 때까지 반복적으로 수행된다.

도면8은 메일 브라우저와 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템에서 수신 메일로부터 광고 메일을 분리하여 광고 편지함에 저장하는 과정에 대한 흐름도이다.

메일 브라우저(50)의 무선 전자 우편 인터페이스(53)는 POP3/IMAP 에이전트(52)에 메일이 도착하면(801), 해당 메일이 광고 메일인지 일반 메일인지 확인한다(802). 만약 수신 메일이 일반 메일이라면, 무선 전자 우편 인터페이스(53)는 해당 메일을 받은 편지함(56)에 저장한 후, 화면 출력부(55)를 통해 메일이 도착했음을 사용자에게 알려준다. 그러나 반대로 POP3/IMAP 에이전트(52)에 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템(61)에서 사용가능한 광고 메일이 도착하면, 무선 전자 우편 인터페이스(53)는 해당 메일을 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템(61)에 전달한다.

다.

메일 브라우저(50)의 무선 전자 우편 인터페이스(53)로부터 광고 메일을 전달받은 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템(61)은 광고 메일 추적 에이전트(70)를 통해 광고 대행자(20)의 추적 서버(26)로 광고 메일을 수신했음을 알려 준다(803). 그리고 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템(61)의 광고 메일 필터(63)는 수신 받은 메일에 대하여 마케팅 목표 시간 경과 여부를 검사하고, 현 시스템에서 사용하고 있는 동일한 수익 분배키가 해당 광고 메일에 존재하는지 확인한다(804). 만약 마케팅 목표 시간이 경과하였다면, 해당 광고 메일은 광고의 효과를 상실했으므로 삭제한다. 그리고 해당 광고 메일에 현 시스템에서 사용하고 있는 수익 분배키와 동일한 키가 존재한다면, 해당 광고 메일은 현 시스템에서 재발송한 후, 무선 인터넷 망을 돌고 돌아 되돌아온 것이므로 삭제한다. 광고 메일 필터(63)는 이와 같은 방법으로 수신된 광고 메일을 필터링한 후, 만약 유효한 광고 메일이 존재한다면(805), 추적 서버(26)에 유효한 광고 메일에 대한 정보를 전송(806)하고, 해당 광고 메일을 광고 편지함(65)에 저장한다(807). 광고 편지함(65)은 수신 광고 메일을 정상적으로 저장한 후(808), 그 결과를 추적 서버(26)에게 알려준다(809). 이와 같은 작업을 통해 광고 대행자(20)의 추적 서버(26)와 분석 서버(24)는 광고 대행자(20)의 SMTP 서버(25)를 통해 1차 광고 수용자(80A)에 도착한 광고 메일이 무선 인터넷 망에서 생성, 수용, 소멸되는 모든 과정을 추적할 수 있다.

도면9는 광고 편지함에 저장되어 있는 광고 메일을 광고 수용자에게 노출시 키고, 수익 분배키를 추가하고, 사용자의 확인 과정을 통해 주소록에 저장되어 있는 전자 우편 계정으로 광고를 재발송하는 과정에 대한 흐름도이다.

다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템(61)은 광고 편지함(65)에 광고 메일이 존재하는지 확인하고(901), 만약 유효한 광고 메일이 존재한다면(902), 해당 광고 메일에 할당되어 있는 수익 분배키와 함께 광고 메일이 도착했음을 도면4와 같이 화면에 출력한다. 그리고 사용자의 확인을 통해 해당 광고를 화면에 출력한 후(904), 광고 수용자가 해당 광고에 노출되었음을 광고 대행자(20)의 추적 서버(26)에 알려 준다(905). 만약 사용자가 해당 광고 메일 확인을 취소하면, 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템(61)은 해당 광고 메일을 광고 수용자가 다음에 확인할 수 있도록 스케줄러를 작동 시킨다(903).

다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템(61)의 광고 편지함(65)에 저장되어 있는 광고 메일이 광고 수용자에게 노출되면(906), 광고 메일 추적 에이전트(70)는 추적 서버(26)에 광고가 정상적으로 노출되었음을 알려 준 후(907), 무선 전자 우편 인터페이스(53)를 통해 메일 브라우저(50)의 주소록(54)에 유효한 전자 우편 계정이 있는지 확인한다(908). 확인과정 후(909), 만약 주소록(54)에 유효한 전자 우편 계정이 존재한다면, 사용자 인증부(67)는 사용자 인터페이스(71)를 통해 해당 광고를 재발송할 것인지를 확인한다(910). 만약 해당 광고를 재발송한다면(911), 수익 분배키 처리부(68)는 해당 메일에 현 광고 수용자의 고유한 수익 분배키를 광고 메일에 할당한 후(914), 주소록(54)에 저장되어 있는 모든 전자 우편 계정으로 해당 광고 메일을 재발송한다(915). 911단계에서 만약 광고 수용자가 해당 광고를 재발송 하지 않는다면, 광고 메일 추적 에이전트(70)는 광고 재발송 작업을 예약할 것인지 확인한다(912). 만약 광고 수용자가 해당 광고 재발송을 예약한다면, 재발송 스케줄러를 작동시킨다(913). 광고 메일 추적 에이전트(70)는 해당 광고 메일이 재발송되는 과정을 추적한 후, 재발송이 완료되면(916) 광고 대행자(20)의 추적 서버(26)에 재발송이 완료되었음을 알려준다(917).

기 서술된 작업을 통해 광고 대행자는 추적 서버를 통해 해당 광고 메일이 수신 된 후, 광고 수용자에게 정상적으로 노출되고, 다른 사용자에게 재발송 되는 작업을 추적할 수 있을 뿐만 아니라, 광고 수용 계층을 내부 회원 데이터베이스에만 의존하지 않고 광고 수용 계층의 주소록을 2차적 회원 데이터베이스로 이용할 수 있기 때문에, 목표 고객 및 불특정 다수에 대한 대량 광고가 가능해진다. 그리고 광고 수용자는 광고에 노출됨으로써 광고 수용에 대한 수익을 발생시키고, 다단계 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템을 통해 주소록에 저장 되어 있는 메일 계정으로 해당 광고 메일을 자동으로 재발송 함으로써 광고 재발송에 의한 2차적 광고 수익을 발생시킬 수 있다.

발명의 효과

본 발명에 따르면, 광고 대행자는 광고 메일이 수신 된 후, 광고 수용자에게 정상적으로 노출되고, 다른 사용자에게 재발송 되는 작업을 추적함으로써, 광고 메일 전달 효과를 용이하게 분석할 수 있으며, 광고 메일 전달에 따른 인센티브 제도를 효과적으로 운영할 수 있다. 또한, 광고 수용 계층을 내부 회원 데이터베이스에만 의존하지 않고 광고 수용 계층의 주소록을 2차적 회원 데이터베이스로 이용할 수 있기 때문에, 목표 고객 및 불특정 다수에 대한 대량 광고가 가능한 장점이 있다.

그리고, 상기 광고 메일의 수용자는 광고에 노출됨으로써, 광고 수용에 대한 수익을 발생시키고, 상기 수용자가 보유한 무선 통신 기기내 주소록에 저장 되어 있는 메일 계정으로 상기 광고 메일을 자동으로 재발송 함으로써, 광고 재발송에 의한 2차적 광고 수익을 발생시킬 수 있는 장점이 있다.

(57) 청구의 범위

청구항 1.

광고 메일을 생성하는 응용 서버(Application Server)와;
상기 광고 메일을 발송하는 SMTP 서버(SMTP Server)와;
상기 광고메일을 수신한 무선통신단말기로부터 상기 광고메일의 수신정보 및/또는 상기 광고메일을 제2의 무선통신 단말기로 재발송하는 정보를 제공받아 저장, 관리하는 추적 서버(Tracking Server)와;
상기 추적서버에 저장되는 상기 광고메일의 수신정보 및/또는 상기 광고메일을 제2의 무선통신단말기로 재발송하는 정보를 분석하여 상기 광고메일의 송·수신 현황을 분석하는 분석 서버(Analyzer Server); 및

상기 광고 메일 및 광고 수용계층(무선 통신 단말기 또는 무선 통신 단말기 소유 클라이언트)에 대한 정보를 관리하는 데이터베이스 서버(DataBase Server);를 구비하는 광고 대행자 서버 시스템과,
 상기 광고 대행자 서버 시스템에서 발송한 1차 광고 메일을 수신하여 수신된 광고 메일을 화면에 출력시키는 광고 메일 수신부와;
 상기 광고 메일 수신부로부터 수신된 광고 메일을 상기 무선 통신 단말기 사용자의 인증을 득한 후, 상기 수신자 무선 통신기기 주소록에 기 저장된 메일 계정(제2의 무선통신단말기)으로 자동 재발송하는 광고 메일 재발송부; 및
 상기 광고 메일 수신부와 상기 광고 메일 재발송부에서 제공되는 상기 광고 메일의 수신정보 및/또는 상기 광고메일을 제2의 무선통신단말기로 재발송하는 정보를 상기 광고 대행자 서버 시스템으로 전송하는 광고 메일 추적 에이전트;를 구비하는 무선 통신 단말기를 포함하는 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 2.

제 1항에 있어서, 상기 광고 메일 수신부는,
 상기 수신된 광고 메일을 필터링하여 목표 시간을 경과한 광고 메일과 상기 광고 메일 재발송부로부터 2차 재발송된 메일이 재수신 된 광고 메일을 삭제하고, 유효한 광고 메일만을 광고 편지함에 저장시키는 광고 메일 필터를 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 3.

제 1항 또는 제 2항에 있어서, 상기 광고 메일 수신부는,
 무선 통신 기기내 메일 브라우저의 무선 전자 우편 인터페이스를 통해 화면 출력부에 광고 메일이 도착했음을 알리고, 상기 광고 메일의 광고를 화면에 출력하는 광고 메일 처리 에이전트를 더 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 4.

제 1항에 있어서, 상기 광고 메일 재발송부는,
 사용자 인터페이스를 통해 상기 광고 메일을 무선 통신 기기내 주소록에 있는 다른 전자 우편 계정으로 재발송 하는 작업에 대한 사용자 인증과정을 담당하며, 상기 광고 메일을 재발송 했을 때 재발송에 따른 수익금을 확인하는 사용자 인증부를 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 5.

제 1항에 있어서, 상기 광고 메일 재발송부는,
 메일 브라우저의 주소록을 참조하여 재발송할 메일 계정을 확인하고, 해당 메일 계정으로 SMTP 에이전트를 이용하여 상기 광고 메일을 재발송 하는 광고 메일 재발송 에이전트를 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고 메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 6.

제 5항에 있어서, 상기 광고 메일 재발송 에이전트는,
 즉시 재발송 할 수 없거나, 사용자가 메일 재발송 작업을 예약할 경우, 재발송에 대한 계획을 수립하고, 모든 작업이 완료될 때까지 재발송에 관련된 모든 작업을 관리하는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 7.

제 1항에 있어서, 상기 광고 메일 재발송부는,
 상기 주소록을 참조하여 재발송 되는 광고 메일에 대하여 상기 광고 메일 재발송자의 고유 수익분배키(광고 메일의 재발송 횟수, 메일 재발송 클라이언트의 고유 정보, 광고 메일의 수용에 따른 인센티브 및 수입 상정 정보, 광고 메일의 유효 기간 정보를 적어도 하나 이상 포함하는 문자나 숫자 또는 문자와 숫자의 조합으로 코드화 되어있는 키)를 첨부하는 업무를 담당하는 수익 분배키 처리부를 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 8.

제 7항에 있어서, 상기 수익 분배키 처리부는,
 상기 광고 메일을 수신하고 수용한 순서대로 고유의 수익 분배키(광고 메일의 재발송 횟수, 메일 재발송 클라이언트의 고유 정보, 광고 메일의 수용에 따른 인센티브 및 수입 상정 정보, 광고 메일의 유효 기간 정보를 적어도 하나 이상 포함하는 문자나 숫자 또는 문자와 숫자의 조합으로 코드화 되어있는 키) 값을 광고 메일에 누적하여 추가시키는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 9.

제 1항에 있어서, 상기 무선 통신 단말기는,
 POP3/IMAP 에이전트에 메일이 수신되면, 상기 메일이 광고 메일인지 일반 메일인지 확인하여 상기 수신 메일을 상기 광고 메일 수신부에 전달하는 무선 전자 우편 인터페이스를 더 구비하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 10.

제 1항에 있어서, 상기 광고 대행자 서버 시스템은,
 상기 광고 메일의 스케줄링과 모니터링 기능을 담당하는 발송 관리 서버(Delivery Manager Server)를 더 구비하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 시스템.

청구항 11.

광고 메일을 생성하여 무선통신단말기로 전송하고, 상기 무선 통신 단말기에서 상기 광고메일 재전송 정보를 제공받아 관리하는 광고 대행자 서버 시스템과, 상기 광고 대행자 서버 시스템에서 발송한 1차 광고 메일을 수신한 후, 상기

광고메일을 상기 수신자 무선통신기기 주소록에 기 저장된 메일 계정으로 자동 재발송하는 제1의 무선통신단말기와 상기 제1의 무선통신단말기에서 발송하는 상기 광고메일을 수신하는 제2의 무선통신단말기를 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하며,
 상기 광고 대행자 서버 시스템에서 광고메일을 생성하여 상기 제1의 무선통신단말기로 상기 광고메일을 전송하는 광고메일 생성 및 전송단계;
 상기 제1의 무선통신단말기에서 상기 수신된 광고 메일에 대한 해당 광고를 화면에 출력하는 단계;
 상기 제1의 무선통신단말기에서 상기 광고 메일의 재발송 여부를 상기 제1의 무선 통신 단말기 소유 클라이언트에게 확인 받는 단계;
 상기 제1의 무선 통신 단말기 소유 클라이언트가 상기 광고 메일을 재발송하고자 하는 경우, 상기 제1의 무선통신단말기에서 상기 광고 메일에 현 광고 수용자(상기 제1의 무선 통신 단말기 소유 클라이언트)의 고유한 수익 분배키(광고 메일의 재발송 횟수, 메일 재발송 클라이언트의 고유 정보, 광고 메일의 수용에 따른 인센티브 및 수입 상정 정보, 광고 메일의 유효 기간 정보를 적어도 하나 이상 포함하는 문자나 숫자 또는 문자와 숫자의 조합으로 코드화 되어있는 키)를 생성하여 상기 광고메일에 삽입(또는 추가)하는 단계;
 상기 제1의 무선통신단말기에서 상기 수익 분배키가 삽입(또는 추가)된 상기 광고메일을 상기 제1의 무선통신단말기 주소록에 저장되어 있는 적어도 하나 이상의 전자 우편 계정(제2의 무선통신단말기)으로 상기 광고 메일을 재발송하는 단계;
 상기 제1의 무선통신단말기에서 상기 광고 메일 재발송 정보를 상기 광고 대행자 서버 시스템으로 전송하는 단계;를 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 방법.

청구항 12.

제 11항에 있어서, 상기 광고 메일을 수신하는 단계는,
 목표 시간 경과 여부를 검사하고, 상기 광고 메일을 수신한 시스템에서 사용하고 있는 동일한 수익 분배키가 해당 광고 메일에 존재하는지 확인하는 단계를 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 방법.

청구항 13.

제 11항에 있어서,
 상기 제1의 무선통신단말기에서 상기 광고 메일을 상기 제2의 무선통신단말기로 전송하는 단계;
 상기 재발송된 광고 메일을 수신한 제2의 무선통신단말기에서 상기 수신된 광고 메일에 대한 해당 광고를 화면에 출력하는 단계;
 상기 제2의 무선통신단말기에서 상기 광고 메일의 재발송 여부를 상기 제2의 무선 통신 단말기 소유 클라이언트에게 확인 받는 단계;
 상기 제2의 무선 통신 단말기 소유 클라이언트가 상기 광고 메일을 재발송하고자 하는 경우, 상기 제2의 무선통신단말기에서 상기 광고 메일에 현 광고 수용자(상기 제2의 무선 통신 단말기 소유 클라이언트)의 고유한 수익 분배키(광고 메일의 재발송 횟수, 메일 재발송 클라이언트의 고유 정보, 광고 메일의 수용에 따른 인센티브 및 수입 상정 정보, 광고 메일의 유효 기간 정보를 적어도 하나 이상 포함하는 문자나 숫자 또는 문자와 숫자의 조합으로 코드화 되어있는 키)를 생성하여 상기 광고메일에 삽입(또는 추가)하는 단계;
 상기 제2의 무선통신단말기에서 상기 수익 분배키가 삽입(또는 추가)된 상기 광고메일을 상기 제2의 무선통신단말기 주소록에 저장되어 있는 적어도 하나 이상의 전자 우편 계정(제3의 무선통신단말기)으로 상기 광고 메일을 재발송하는 단계;
 상기 제2의 무선통신단말기에서 상기 광고 메일 재발송 정보를 상기 광고 대행자 서버 시스템으로 전송하는 단계;를 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 방법.

청구항 14.

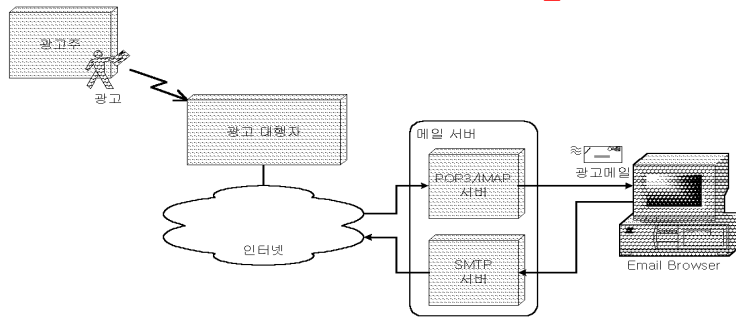
제 11항에 있어서, 상기 무선 광고메일 추적 및 관리 방법은,
 상기 광고 대행자 서버 시스템에서 상기 제1의 무선통신단말기와 제2의 무선통신단말기로부터 수신한 수익배분키 추적 정보를 바탕으로 광고 전달에 따른 누적된 수익을 상기 제1의 무선통신단말기와 제2의 무선통신단말기에게 분배하는 단계를 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 방법.

청구항 15.

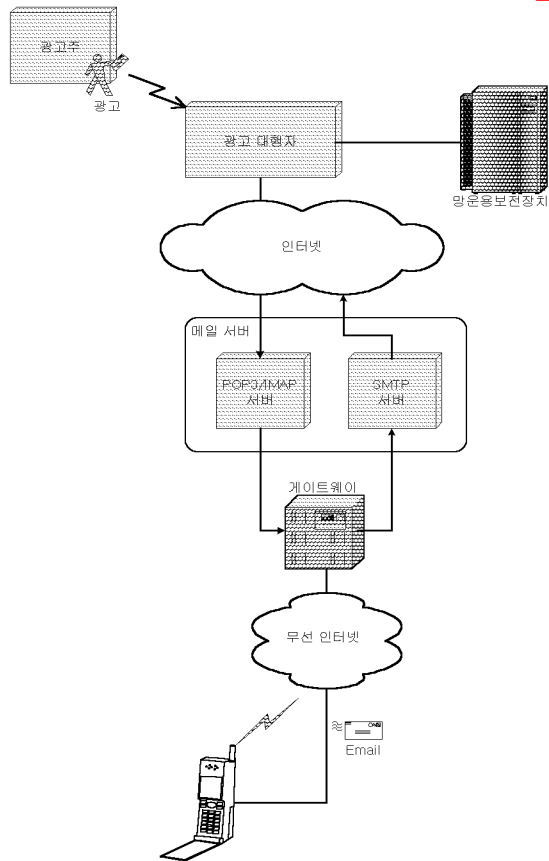
제 11항에 있어서, 상기 광고메일은, 일반 메일형태의 광고메일과, 메세지 광고와, 멀티미디어 광고를 적어도 하나 이상 포함하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 무선 광고메일 추적 및 관리 방법.

도면

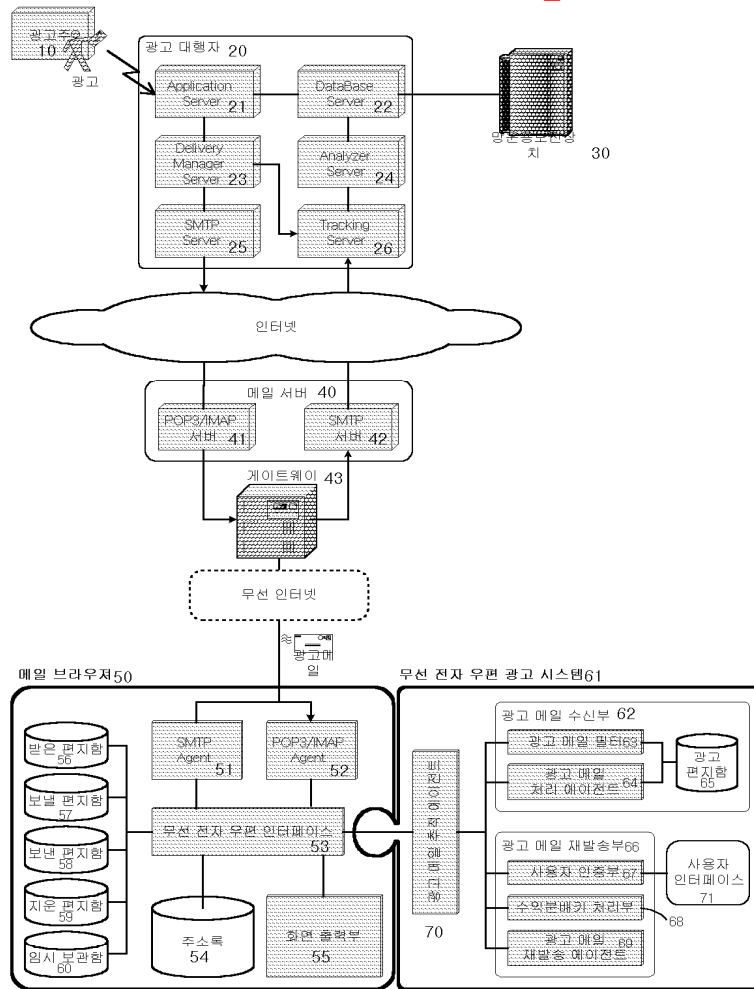
도면1



도면2



도면3



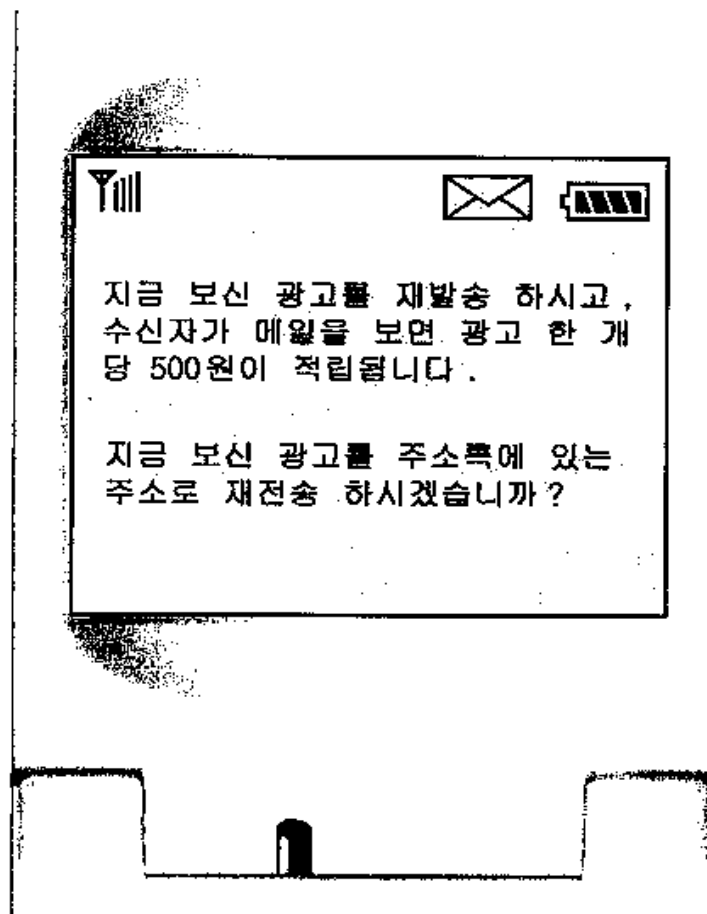
도면4



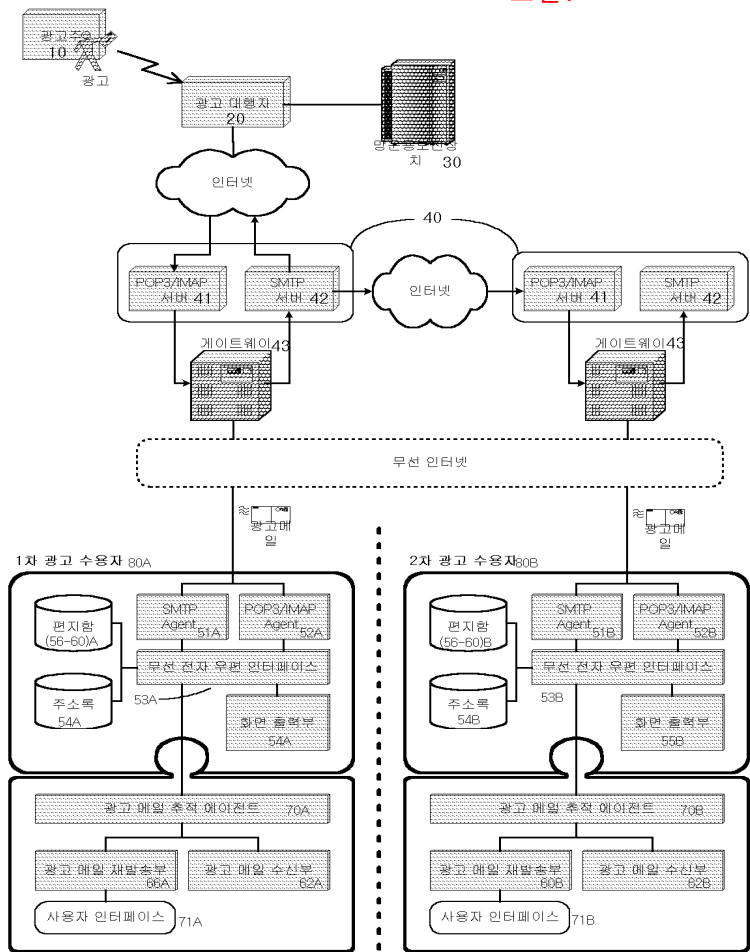
도면5



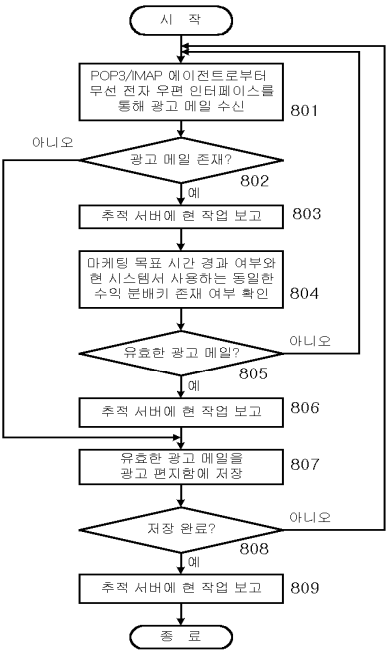
도면6



도면7



도면8



도면9

