



**(19) 대한민국특허청(KR)**  
**(12) 등록특허공보(B1)**

(45) 공고일자 2019년08월23일  
 (11) 등록번호 10-1978496  
 (24) 등록일자 2019년05월08일

(51) 국제특허분류(Int. Cl.)  
 G06Q 30/06 (2012.01)  
 (21) 출원번호 10-2012-0075694  
 (22) 출원일자 2012년07월11일  
 심사청구일자 2017년07월07일  
 (65) 공개번호 10-2014-0008200  
 (43) 공개일자 2014년01월21일  
 (56) 선행기술조사문헌  
 KR100763724 B1\*  
 KR1020040077638 A\*  
 KR1020100070923 A\*  
 KR1020110011236 A\*  
 \*는 심사관에 의하여 인용된 문헌

(73) 특허권자  
 십일번가 주식회사  
 서울특별시 중구 한강대로 416 (남대문로5가서  
 울스퀘어빌딩)  
 (72) 발명자  
 유운봉  
 서울특별시 중구 을지로 65  
 황병순  
 서울특별시 중구 을지로 65  
 (뒷면에 계속)  
 (74) 대리인  
 전중학, 이용하

전체 청구항 수 : 총 2 항

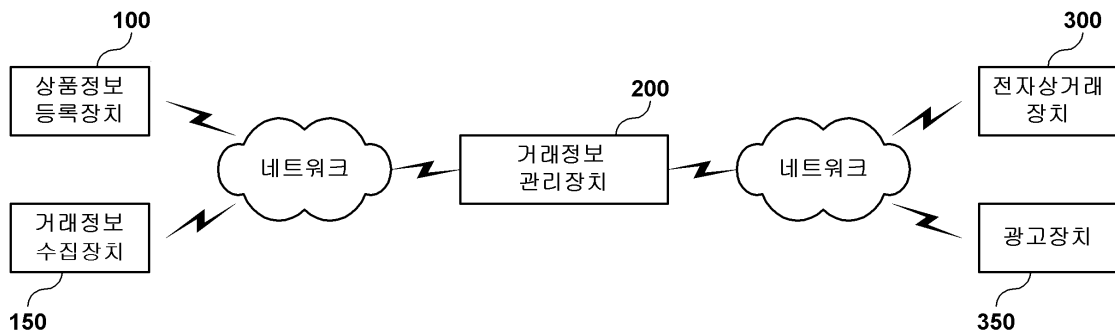
심사관 : 심송학

(54) 발명의 명칭 **오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템 및 방법**

**(57) 요약**

본 발명은 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템 및 방법에 관한 것으로서, 상품정보 및 판매자정보를 입력받아 송신하는 상품정보 등록장치; 상기 상품정보에 따라 체결된 거래정보를 수집하여 송신하는 거래정보 수집장치; 상기 상품정보, 판매자정보 및 거래정보를 수신하여 상기 거래정보별로 설정된 노출도 산출 기준에 (뒷면에 계속)

**대표도** - 도1



따라 상품의 노출도를 산출하고, 유통채널별로 설정된 가중치를 부여하여 상기 상품의 상기 유통채널별 가중 노출도를 산출한 후, 상기 노출도가 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 게시하는 거래정보 관리장치; 및 상기 거래정보 관리장치로부터 수신된 상품정보에 따라 전자상거래를 중개하는 전자상거래 장치를 포함한다. 이에 의해, 이동식 결제단말을 통해 상품정보 및 거래정보를 수집하고 수집된 거래정보에 기초하여 해당 상품의 거래에 최적화된 전자상거래 사이트 혹은 광고 플랫폼에 해당 상품 정보를 제공함으로써 오프라인 상품의 판매 접점을 확대할 수 있으며 전자상거래 및 광고 효과를 향상시킬 수 있다.

(72) 발명자

**박미영**

**고재호**

서울특별시 중구 을지로 65

서울특별시 중구 을지로 65

**명세서**

**청구범위**

**청구항 1**

삭제

**청구항 2**

삭제

**청구항 3**

상품정보 및 판매자정보를 입력받아 등록하는 상품정보 등록부;

상기 상품정보에 따라 체결된 오프라인 거래정보를 수집하여 저장하는 거래정보 수집부;

상기 상품정보, 판매자정보 및 오프라인 거래정보를 수신하여 상기 오프라인 거래정보별로 설정된 노출도 산출 기준에 따라 상품의 노출도를 산출하는 상품 노출도 산출부;

산출된 상기 노출도에 대해 유통채널별로 설정된 가중치를 부여하여 상기 상품의 상기 유통채널별 가중 노출도를 산출하는 가중 노출도 산출부; 및

상기 가중치가 반영된 노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 게시하는 판매정보 중개부를 포함하며,

상기 판매정보 중개부는,

상기 가중치가 반영된 노출도의 합을 근거로 유통채널별로 서로 다른 하나 이상의 상품정보를 게시하고,

상기 가중 노출도 산출부는,

상기 유통채널별로 상품 키워드, 가격 추이, 결제 빈도 및 판매 위치 중 적어도 하나의 가중치 부여 대상 항목이 설정되고, 상기 유통채널별 가중치 부여 대상 항목에 따라 가중치를 부여하여 상기 상품의 유통채널별 가중 노출도를 산출하는 것을 특징으로 하는 거래정보 관리장치.

**청구항 4**

삭제

**청구항 5**

삭제

**청구항 6**

◆청구항 6은(는) 설정등록료 납부시 포기되었습니다.◆

제3항에 있어서,

상기 판매정보 중개부는,

노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 전자상거래장치와 광고장치 중 적어도 어느 한 측에 송신하여 상기 상품정보를 게시하는 것을 특징으로 하는 거래정보 관리장치.

**청구항 7**

삭제

**청구항 8**

- (a) 네트워크를 통해 상품정보 및 판매자정보를 입력받아 등록하는 단계;
- (b) 상기 상품정보에 따라 체결된 오프라인 거래정보를 수집하여 저장하는 단계;
- (c) 상기 상품정보, 판매자정보 및 오프라인 거래정보를 수신하여 상기 오프라인 거래정보별로 설정된 노출도 산출 기준에 따라 상품의 노출도를 산출하는 단계;
- (d) 산출된 상기 노출도에 대해 유통채널별로 설정된 가중치를 부여하여 상기 상품의 상기 유통채널별 가중 노출도를 산출하는 단계; 및
- (e) 상기 가중치가 반영된 노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 송신하는 단계를 포함하며,

상기 (e) 단계는,

상기 가중치가 반영된 노출도의 합을 근거로 유통채널별로 서로 다른 하나 이상의 상품정보를 해당 유통채널에 송신하는 단계를 더 포함하고,

상기 (d) 단계는,

상기 유통채널별로 상품 키워드, 가격 추이, 결제 빈도 및 판매 위치 중 적어도 하나의 가중치 부여 대상 항목이 설정되고, 상기 유통채널별 가중치 부여 대상 항목에 따라 가중치를 부여하여 상기 상품의 유통채널별 가중 노출도를 산출하는 것을 특징으로 하는 거래정보 관리장치의 제어방법.

**청구항 9**

삭제

**청구항 10**

삭제

**청구항 11**

◆청구항 11은(는) 설정등록료 납부시 포기되었습니다.◆

제8항에 있어서,

상기 (e) 단계는,

노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 온라인 전자상거래 사이트 및 광고 사이트 중 적어도 하나에 상기 상품정보를 송신하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 거래정보 관리장치의 제어방법.

**청구항 12**

삭제

**청구항 13**

삭제

**발명의 설명**

**기술 분야**

[0001] 본 발명은 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템 및 방법에 관한 것으로서, 보다 상세하게는, 이 동식 결제단말을 통해 상품정보 및 거래정보를 수집하고 수집된 거래정보에 기초하여 해당 상품의 거래에 최적화된 전자상거래 사이트 혹은 광고 플랫폼에 해당 상품 정보를 제공함으로써 오프라인 상품의 판매 접점을 확대할 수 있으며 전자상거래 및 광고 효과를 향상시킬 수 있는 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템 및 방법에 관한 것이다.

**배경 기술**

- [0002] 전자상거래가 이루어지는 온라인 시장은, 제품을 판매하는 판매자 그룹과 구매하는 구매자 그룹, 그리고 이러한 환경을 제공하는 온라인 쇼핑몰 업체 및 광고 업체가 존재한다.
- [0003] 통상적으로 판매자는 판매자 단말기(개인용 컴퓨터 등의 정보통신기기)를 이용하여 온라인 쇼핑몰 업체가 운영하는 쇼핑몰 서버에 접속하여, 쇼핑몰 서버가 제공하는 전자상거래관리페이지에 자신의 상품정보를 일일이 수작업으로 등록하고, 각종 정보를 입력해야 온라인 쇼핑몰을 통해 자신의 상품을 판매할 수 있었다. 또한, 판매자는 상품 판매를 촉진하기 위해, 온라인 쇼핑몰, 포털 사이트, 모바일 사이트 등에 원하는 사이트에 광고 게재 신청하게 된다.
- [0004] 그러나, 판매자는 자신이 판매하는 상품을 보다 많은 온라인 시장에 등록시키고 판매를 하고자 하기 때문에, 복수의 쇼핑몰에서 상품을 판매하여 이러한 경우 각각의 쇼핑몰 서버에 직접 수작업을 통해 상품을 올리고 재고를 관리해야 하는 문제점이 있었다. 광고 또한 마찬가지로 판매자가 광고를 게재할 수 있는 사이트들을 조회한 후, 원하는 사이트들에 각각 광고 게재를 신청해야 한다.
- [0005] 이와 같이, 온라인 시장을 통해 상품을 판매하기 위해서는 상품 등록이나 광고 게재 작업을 판매자가 직접 선정 및 신청하는 수작업 기반의 환경이기 때문에, 그만큼의 시간과 인력이 투입되어야 하는 문제점이 있다. 또한, 상품을 판매할 쇼핑몰 사이트와 광고를 게재할 사이트를 판매자가 직접 선정해야 하므로, 판매자는 해당 사이트들을 검색해야 하는 불편함이 있으며, 주관적인 판단으로 선택하게 되므로 상품판매 효과와 광고 효과를 극대화시킬 수 있는 사이트들을 선정하기가 용이하지 않다는 문제점이 있다.
- [0006] 한편, 오프라인 시장에서 상품의 대금을 결제하는 방법 중에는 이동식 결제 단말을 이용한 신용카드 결제방법이 있다. 이동식 결제 단말을 이용하는 판매자로는 방문판매, 배달, 대리운전 등 재화 및 서비스를 고정된 장소가 아닌 이동하며 제공하는 이동형 오프라인 판매자가 포함된다.
- [0007] 이러한 이동형 오프라인 판매자의 경우 판매 시장이 오프라인 시장에 국한되는 경우가 많으며, 온라인 시장을 통해 상품을 판매하기 위해서는 오프라인 전술했던 과정들을 거쳐야 하는 번거로움이 있다. 또한, 이동형 오프라인 판매자의 경우 시간 및 장소 등에 따라 상품 판매 실적이 달라질 수 있다는 특성 때문에, 단순히 물품을 판매하는 것과는 차별화된 광고방법이 필요하다.

**선행기술문헌**

**특허문헌**

- [0008] (특허문헌 0001) 한국공개특허 10-2007-0101937 상품정보 자동수집방법 및 그 장치

**발명의 내용**

**해결하려는 과제**

- [0009] 본 발명은 상술한 문제점을 해결하기 위하여 안출된 것으로서, 오프라인 마켓에서 사용되는 이동식 결제단말을 이용하여 상품 거래정보를 수집하고, 수집된 거래정보를 분석하여 해당 상품의 거래에 최적화된 전자상거래 사이트 혹은 광고 플랫폼에 해당 상품 정보를 제공함으로써 오프라인 상품의 판매 접점을 확대할 수 있으며 전자상거래 및 광고 효과를 향상시킬 수 있는 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템 및 방법을 제공하는데 그 기술적 과제가 있다.

**과제의 해결 수단**

- [0010] 상술한 과제를 해결하기 위한 본 발명의 일 측면에 따르면, 상품정보 및 판매자정보를 입력받아 송신하는 상품정보 등록장치; 상기 상품정보에 따라 체결된 거래정보를 수집하여 송신하는 거래정보 수집장치; 상기 상품정보, 판매자정보 및 거래정보를 수신하여 상기 거래정보별로 설정된 노출도 산출 기준에 따라 상품의 노출도를 산출하고, 유통채널별로 설정된 가중치를 부여하여 상기 상품의 상기 유통채널별 가중 노출도를 산출한 후, 상기 노출도가 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 게시하는 거래정보 관리장치; 및 상기 거래정보 관리장치로부터 수신된 상품정보에 따라 전자상거래를 중개하는 전

자상거래 장치를 포함하는 것을 특징으로 하는 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템이 제공된다.

- [0011] 여기서, 상기 거래정보 관리장치로부터 수신된 상기 상품정보에 따라 상기 상품정보에 따른 광고를 게재하는 광고장치를 더 포함할 수 있다.
- [0012] 상술한 과제를 해결하기 위한 본 발명의 다른 측면에 따르면, 상품정보 및 판매자정보를 입력받아 등록하는 상품정보 등록부; 상기 상품정보에 따라 체결된 거래정보를 수집하여 저장하는 거래정보 수집부; 상기 상품정보, 판매자정보 및 거래정보를 수신하여 상기 거래정보별로 설정된 노출도 산출 기준에 따라 상품의 노출도를 산출하는 상품 노출도 산출부; 산출된 상기 노출도에 대해 유통채널별로 설정된 가중치를 부여하여 상기 상품의 상기 유통채널별 가중 노출도를 산출하는 가중 노출도 산출부; 및 상기 가중치가 반영된 노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 게시하는 판매정보 중개부를 포함하는 거래정보 관리장치가 제공된다.
- [0013] 여기서, 상기 상품정보는, 상기 상품의 상품명, 상품카테고리, 상품키워드, 상품설명, 가격, 판매기간 중 적어도 어느 하나를 포함할 수 있다.
- [0014] 그리고, 상기 거래정보는, 상기 상품의 거래일자, 시간, 거래 가격, 판매자의 위치, 결제 빈도, 결제 위치 중 적어도 어느 하나를 포함할 수 있다.
- [0015] 그리고, 상기 판매정보 중개부는, 노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 전자상거래장치와 광고장치 중 적어도 어느 한 측에 송신하여 상기 상품정보를 게시할 수 있다.
- [0016] 상술한 과제를 해결하기 위한 본 발명의 또 다른 측면에 따르면, (a) 상품정보 등록장치에서 사용자로부터 상품정보 및 판매자정보를 입력받아 송신하는 단계; (b) 거래정보 수집장치에서 상기 상품정보에 따라 체결된 거래정보를 수집하여 송신하는 단계; (c) 거래정보 관리장치에서 상기 상품정보, 판매자정보 및 거래정보를 수신하여 상기 거래정보별로 설정된 노출도 산출 기준에 따라 상품의 노출도를 산출하고, 유통채널별로 설정된 가중치를 부여하여 상기 상품의 상기 유통채널별 가중 노출도를 산출하는 단계; (d) 거래정보 관리장치에서 상기 노출도가 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 송신하는 단계; 및 (e) 상기 거래정보 관리장치로부터 수신된 상품정보를 전자상거래장치 또는 광고장치 중 적어도 어느 한 측에서 수신하여 게시하는 단계를 포함하는 전자상거래 중개방법이 제공된다.
- [0017] 상술한 과제를 해결하기 위한 본 발명의 또 다른 측면에 따르면, (a) 네트워크를 통해 상품정보 및 판매자정보를 입력받아 등록하는 단계; (b) 상기 상품정보에 따라 체결된 거래정보를 수집하여 저장하는 단계; (c) 상기 상품정보, 판매자정보 및 거래정보를 수신하여 상기 거래정보별로 설정된 노출도 산출 기준에 따라 상품의 노출도를 산출하는 단계; (d) 산출된 상기 노출도에 대해 유통채널별로 설정된 가중치를 부여하여 상기 상품의 상기 유통채널별 가중 노출도를 산출하는 단계; 및 (e) 상기 가중치가 반영된 노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 송신하는 단계를 포함하는 거래정보 관리장치의 제어방법이 제공된다.
- [0018] 여기서, 상기 상품정보는, 상기 상품의 상품명, 상품카테고리, 상품키워드, 상품설명, 가격, 판매기간 중 적어도 어느 하나를 포함할 수 있다.
- [0019] 그리고, 상기 거래정보는, 상기 상품의 거래일자, 시간, 거래 가격, 판매자의 위치, 결제 빈도, 결제 위치 중 적어도 어느 하나를 포함할 수 있다.
- [0020] 그리고, 상기 (e) 단계는, 노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 온라인 전자상거래 사이트에 상기 상품정보를 송신하는 단계를 포함할 수 있다.
- [0021] 또한, 상기 (e) 단계는, 노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 온라인 광고 사이트 혹은 모바일 광고 사이트 중 적어도 어느 한 측에 상기 상품정보를 송신하는 단계를 포함할 수 있다.
- [0022] 상술한 과제를 해결하기 위한 본 발명의 또 다른 측면에 따르면, 네트워크를 통해 상품정보 및 판매자정보를 입력받아 등록하는 단계, 상기 상품정보에 따라 체결된 거래정보를 수집하여 저장하는 단계, 상기 상품정보, 판매자정보 및 거래정보를 수신하여 상기 거래정보별로 설정된 노출도 산출 기준에 따라 상품의 노출도를 산출하는 단계, 산출된 상기 노출도에 대해 유통채널별로 설정된 가중치를 부여하여 상기 상품의 상기 유통채널별 가중 노출도를 산출하는 단계 및 상기 가중치가 반영된 노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선

정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 송신하는 단계를 포함하는 거래정보 관리장치의 제어방법이 프로그램으로 기록되고 전자 장치에서 판독 가능한 기록매체가 제공된다.

**발명의 효과**

- [0023] 상술한 바와 같이 본 발명의 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템 및 방법은, 오프라인 마켓에서 사용되는 이동식 결제단말을 이용하여 상품 거래정보를 수집하고, 수집된 거래정보를 분석하여 해당 상품의 거래에 최적화된 전자상거래 사이트 혹은 광고 플랫폼에 해당 상품 정보를 제공함으로써 오프라인 상품의 판매 접점을 확대할 수 있다.
- [0024] 그리고, 본 발명의 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템 및 방법은, 판매자가 결제를 위해 등록된 상품 및 가격 정보를 전자상거래 마켓 및 광고 플랫폼에 자동 게재하여 오프라인과 온라인 상에서 중복되는 판매 관리 문제를 해결할 수 있다.
- [0025] 또한, 본 발명의 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템 및 방법은, 판매자가 등록된 상품 정보와 결제 과정에서 수집되는 거래 정보를 활용하여 최적의 전자상거래 업체 및 광고 플랫폼에 상품을 게재하여 거래 성공률을 향상시킬 수 있다.

**도면의 간단한 설명**

- [0026] 도 1은 본 발명의 실시예에 따른 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템의 구성도,
- 도 2는 본 발명의 실시예에 따른 거래정보 관리장치의 제어블럭도,
- 도 3은 본 발명의 실시예에 따른 전자상거래 중개 시스템의 데이터 흐름도,
- 도 4는 본 발명의 실시예에 따른 거래정보 관리장치의 노출도 산출 상태도,
- 도 5는 본 발명의 실시예에 따른 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 방법의 흐름도이다.

**발명을 실시하기 위한 구체적인 내용**

- [0027] 이하, 첨부된 도면을 참조하여 본 발명의 바람직한 실시예를 보다 상세히 설명하기로 한다. 첨부 도면을 참조하여 설명함에 있어 동일하거나 대응하는 구성 요소는 동일한 도면번호를 부여하고 이에 대한 중복되는 설명은 생략하기로 한다.
- [0028] 도 1은 본 발명의 실시예에 따른 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템의 구성도이다.
- [0029] 도 1에 도시된 바와 같이, 본 발명의 실시예에 따른 전자상거래 중개 시스템은, 오프라인 마켓의 거래정보를 관리하는 거래정보 관리장치(200), 거래정보 관리장치(200)에 네트워크를 통해 데이터를 송수신하는 상품정보 등록장치(100) 및 거래정보 수집장치(150), 거래정보 관리장치(200)로부터 네트워크를 통해 수신된 데이터에 따라 상품의 온라인 판매를 중개하는 전자상거래 장치(300) 및 광고를 게재하는 광고장치(350)를 포함한다.
- [0030] 상품정보 등록장치(100)는 판매자로부터 상품정보와 상품 판매자정보를 입력받아 거래정보 관리장치(200)에 송신한다. 상품정보는 이동식 결제단말을 이용하여 결제하고자 하는 상품의 상품명, 상품카테고리, 상품키워드, 상품설명, 가격, 판매기간, 등을 포함할 수 있다. 판매자정보는 판매자 위치, 전화번호, 판매자 계정, 연락처, 사업자 번호 등을 포함할 수 있다. 이러한 상품정보 등록장치(100)는 이동식 결제단말을 포함할 수 있으며, 이에, 판매자는 이동식 결제단말을 통해 상품정보와 판매자정보를 직접 등록하거나, 이동식 결제단말과 동기화되는 통합 상품 관리 웹사이트에서 등록할 수 있으며, 혹은, 이동식 결제단말과 동기화되는 판매관리시스템(POS)에서 상품정보 및 판매자정보를 등록할 수 있다. 여기서, 이동식 결제단말은 통신모듈이 들어가 있는 이동형 카드 결제 단말기로 NFC 이동전화단말기를 활용한 신용 카드 결제 단말기를 포함할 수 있다.
- [0031] 거래정보 수집장치(150)는 오프라인 마켓에서의 상품 결제와 관련된 정보들을 수집하여 거래정보 관리장치(200)에 송신한다. 거래정보는 거래일자 및 시간, 거래 가격, 판매자의 위치, 결제 빈도, 결제 위치 등을 포함할 수 있다. 이러한 거래정보 수집장치(150)로는 이동식 결제단말을 적용할 수 있다.
- [0032] 거래정보 관리장치(200)는 등록된 상품의 거래정보를 수집하여 거래정보 관리장치(200)에 송신한다. 거래정보는 판매된 상품 및 판매 시간과 판매 장소를 포함할 수 있다. 거래정보 관리장치(200)의 기능 또한 이동식 결제단말이 수행할 수 있다.

- [0033] 거래정보 관리장치(200)는 판매자에 의해 등록된 판매자정보 및 상품정보, 그리고 결제 과정에서 수집되는 거래 정보들을 수신하여, 해당 상품의 판매 및 광고를 위해 적합한 전자상거래 장치(300) 및 광고장치(350)를 선정한다. 거래정보 관리장치(200)는 전자상거래 장치(300) 및 광고장치(350)를 선정하기 위한 상품별 노출도 및 유통 채널에 대한 가중 노출도 등을 연산 처리할 수 있다.
- [0034] 전자상거래 장치(300)는, 오픈 마켓 플레이스 형태의 전자상거래 서버, 거래정보 관리장치(200)가 직접 운영하는 전자상거래 서버, 등을 포함할 수 있다.
- [0035] 광고장치(350)는 배너, 키워드 검색 광고, 혹은 모바일 광고 등을 제공할 수 있다.
- [0036] 이상 설명한 바와 같이, 본 발명은 오프라인 이동형 사업자가 사용하는 이동식 결제단말에 등록된 상품정보 및 거래정보를 활용하여 최대의 효과를 낼 수 있는 전자상거래 장치(300) 및 광고장치(350)의 유형으로 상품 판매 정보를 중개할 수 있다.
- [0037] 도 2는 본 발명의 실시예에 따른 거래정보 관리장치(200)의 제어블럭도이다.
- [0038] 도 2에 도시된 바와 같이, 거래정보 관리장치(200)는 상품정보 등록부(210), 거래정보 수집부(212), 상품 노출도 산출부(214), 가중 노출도 산출부(216), 판매정보 중개부(218), 상품정보 DB(220), 판매자정보 DB(222), 거래정보 DB(224)를 포함한다.
- [0039] 상품정보 등록부(210)는 상품정보 등록장치(100)로부터 상품정보와 판매자정보를 수신하여 상품정보 DB(220)와 판매자정보 DB(222)에 저장한다. 상품정보 DB(220)에 저장되는 상품정보는 이동식 결제단말을 이용하여 결제하고자 하는 상품의 상품명, 상품카테고리, 상품키워드, 상품설명, 가격, 판매기간, 등을 포함할 수 있다. 판매자정보 DB(222)에 저장되는 판매자정보는 판매자 위치, 전화번호, 판매자 계정, 연락처, 사업자 번호 등을 포함할 수 있다.
- [0040] 거래정보 수집부(212)는 거래정보 수집장치(150)로부터 오프라인 마켓에서의 거래정보를 수신하여 거래정보 DB(224)에 저장한다. 거래정보 DB(224)에 저장되는 거래정보는 거래일자 및 시간, 거래 가격, 판매자의 위치, 결제 빈도, 결제 위치 등을 포함할 수 있다.
- [0041] 상품 노출도 산출부(214)는 상품정보와 거래정보를 기 설정된 노출도 산출기준에 따라 분석하여 상품의 노출도를 산출한다. 상품의 노출도는 0-100점 사이의 점수로 산출될 수 있다. 노출도는 키워드정보, 가격정보, 위치정보 및 결제 빈도 등에 따라 산출될 수 있다. 예컨대, 키워드를 분류하여 인기 키워드에 대한 노출도를 산출하고, 상품 가격 추이 분석을 통해 최저가 갱신 상품에 대한 노출도를 산출할 수 있다. 또한, 판매자와 광고 노출 지역 및 인기 노출 지역간의 지리적 거리 분석을 통해 근접 지역에 대한 노출도를 산출할 수 있으며, 판매자의 결제 빈도를 반영한 사업자 신뢰도 및 인기도를 노출도를 산출할 수 있다.
- [0042] 가중 노출도 산출부(216)는 상품 노출도 산출부(214)에서 산출된 노출도에 전자상거래 장치(300)와 광고장치(350)의 유통채널에 따른 가중치를 부여하여 상품에 대한 가중 노출도를 산출한다. 유통채널은 전자상거래 사이트, 온라인 광고, 모바일 광고 등으로 분류할 수 있으며, 각 유통채널의 특성에 따라 가중치가 부여되는 항목이 정해질 수 있다. 예컨대, 전자상거래 사이트의 경우 가격, 결제빈도, 상품 키워드에 가중치가 부여되고, 온라인 광고의 경우 상품 키워드 및 가격에 가중치가 부여될 수 있으며, 모바일 광고는 판매위치와 결제빈도에 따라 가중치가 부여될 수 있다. 이상과 같이, 가중 노출도는 각 상품의 기반 정보 항목의 노출도에 유통 채널별로 미리 설정된 가중치를 부여하여 산출될 수 있다.
- [0043] 판매정보 중개부(218)는 가중 노출도 산출부(216)의 산출결과에 따라 전자상거래 및 광고 플랫폼을 분류하여 가장 높은 가중 노출도를 갖는 판매 상품군과 유통채널을 매칭하여 상품 판매 정보를 채널로 중개할 수 있다. 판매정보 중개부(218)는 전자상거래 장치(300)의 사이트에 판매상품을 등록하거나, 온라인 및 모바일 광고 플랫폼에 판매상품을 등록할 수 있다.
- [0044] 판매정보 중개부(218)가 전자상거래 장치(300)에 판매상품을 등록하는 경우, 오픈마켓플레이스 형태의 전자상거래 사이트에 판매 상품을 등록하여 고객의 구매 접점을 제공하거나, 거래정보 관리장치(200) 대표 가맹점으로 등록하여 사업자의 상품을 대리 게시하고 온라인 상 소비자를 사업자에 중개할 수 있다. 혹은, 거래정보 관리장치(200)에서 직접 입점하여 상품을 등록함으로써 사업자의 상품 등록 및 관리 부담을 최소화하는 것도 가능하다. 또한, 이동식 결제단말에 등록된 판매자의 결제 정보를 활용하여 전자상거래 사이트를 통한 거래 발생시에도 기존의 결제 단말기와 동일한 정산 프로세스를 공유할 수 있다.
- [0045] 판매정보 중개부(218)가 온라인 광고장치(350)에 판매상품을 등록하는 경우, 배너, 키워드, 검색 광고에 상품판



매정보를 게재하여, 전자상거래 사이트 또는 판매자가 등록한 판매 및 광고 사이트로 링크를 연결할 수 있다.

- [0046] 판매정보 중개부(218)가 모바일 광고장치(350)에 판매상품을 등록하는 경우, 판매자가 등록한 판매자 정보를 활용하여 상품을 광고에 게시하고 판매자와의 전화연결, 문자 연결, 전자상거래 사이트 등으로 연결하는 형태로 구매자와 판매자 간 연결을 중개할 수 있다. 혹은, 이동식 결제단말을 보유한 이동형 판매자의 위치정보를 활용하여 근거리 상에 있는 소비자를 연결시킬 수 있으며, 온라인 및 모바일 광고 네트워크에 중개자로서 광고 업체의 온라인 및 모바일 광고 구좌를 확보하고 노출 랭킹 상위 사업자의 상품을 광고로 게재할 수 있다.
- [0047] 이러한 구성에 따라, 판매자가 직접 전자상거래 장치(300) 혹은 광고장치(350)를 선별하여 등록요청 이나 관리를 하지 아니하더라도, 거래정보 관리장치(200)가 각 상품에 가장 적합한 전자상거래 사이트 또는 광고플랫폼에 자동 게재하여 판매 접점을 확대할 수 있다.
- [0048] 도 3은 본 발명의 실시예에 따른 전자상거래 중개 시스템의 데이터 흐름도이다.
- [0049] 도 3에 도시된 바와 같이, 등록 및 수집 단계(S110)에서는 상품정보, 사업자 정보, 결제정보 등이 수집된다. 등록 및 수집 단계(S110)는 상품정보 등록장치(100) 및 거래정보 수집장치(150)를 통해 진행될 수 있으며, 상품정보 등록장치(100) 및 거래정보 수집장치(150)의 기능은 이동식 결제단말에 의해 수행될 수 있다.
- [0050] 거래정보 관리장치(200)에서 수행되는 분석 단계(S120)에서는 상품 키워드, 가격 추이, 결제빈도, 판매 위치 등의 데이터가 분석 대상이 될 수 있다. 분석 단계(S120)에서는 분석 대상 데이터를 기 설정된 노출도 산출기준에 따라 상품의 노출도가 산출되고, 산출된 노출도에 전자상거래 장치(300)와 광고장치(350)의 유통채널에 따른 가중치를 부여하여 상품에 대한 가중 노출도가 산출된다.
- [0051] 이 후, 중개 단계(S130)에서는 각 전자상거래 장치(300), 온라인 및 모바일 광고장치(350)에 상품판매를 위한 정보가 등록된다.
- [0052] 도 4는 본 발명의 실시예에 따른 거래정보 관리장치(200)의 노출도 산출 상태도이다.
- [0053] 도 4에 도시된 바와 같이, 상품 A의 노출도는 상품 키워드, 가격 추이, 결제 빈도, 판매 위치 등의 항목에 따라 기 설정된 산출방식으로 산출된다. 이와 같은 노출도는 상품 노출도 산출부(214)에서 산출될 수 있으며, 노출도는 0-100점을 기준으로 시스템에서 설정된 기준에 따라 산출될 수 있다.
- [0054] 이 후, 산출된 노출도에 대해 전자상거래 장치(300)와 광고장치(350)의 유통채널에 따른 가중치를 부여하여 상품에 대한 가중 노출도가 산출된다. 유통채널은 전자상거래 사이트, 온라인 광고, 모바일 광고 등으로 분류할 수 있으며, 각 유통채널의 특성에 따라 가중치가 부여되는 항목이 정해질 수 있다. 도 4의 실시예는 전자상거래 사이트B에 대한 상품A의 노출도를 산출한 경우를 예시하고 있다. 전자상거래 사이트B에서의 가중 노출도는 상품 키워드, 가격 추이, 결제 빈도에 따라 가중치가 부여될 수 있다. 이와 같이, 가중 노출도가 반영된 상품 A의 노출도 합계가 상품 A의 사이트 B에 대한 가중 노출도로 산출될 수 있다.
- [0055] 거래정보 관리장치(200)는 상술한 과정을 통해 각 유통채널에 대한 상품의 노출도를 산출하고, 노출도가 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상품정보를 제공하여 판매정보를 게재하거나 광고를 게재한다.
- [0056] 도 5는 본 발명의 실시예에 따른 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 방법의 흐름도이다.
- [0057] 거래정보 관리장치(200)의 상품정보 등록부(210)는 상품정보 등록장치(100)로부터 상품정보 및 판매자정보를 등록한다(S210). 상품정보와 판매자정보는 이동식 결제단말로부터 수신될 수 있으며, 상품정보는 상품명, 상품카테고리, 상품키워드, 상품설명, 가격, 판매기간, 등을 포함할 수 있고, 판매자정보는 판매자 위치, 전화번호, 판매자 계정, 연락처, 사업자 번호 등을 포함할 수 있다.
- [0058] 거래정보 수집부(212)는 거래정보 수집장치(150)로부터 오프라인 마켓에서의 거래정보를 수집하여 저장한다(S212). 거래정보 수집부(212)는 이동식 결제단말로부터, 거래일자 및 시간, 거래 가격, 판매자의 위치, 결제 빈도, 결제 위치 등의 거래정보를 수신하여 저장할 수 있다.
- [0059] 거래정보 관리장치(200)의 상품 노출도 산출부(214)는 거래정보를 카테고리별로 분류하고(S214), 거래가 성립된 상품별로 각각 노출도를 산출한다(S216). 상품 노출도 산출부(214)는 상품정보 및 거래정보를 기 설정된 노출도 산출기준에 따라 분석하여 상품의 노출도를 산출할 수 있다.
- [0060] 이 후, 가중 노출도 산출부(216)는 상품 노출도 산출부(214)에서 산출된 노출도에 전자상거래 장치(300)와 광고

장치(350)의 유통채널에 따른 가중치를 부여하여 상품에 대한 가중 노출도를 산출한다(S218). 유통채널은 전자상거래 사이트, 온라인 광고, 모바일 광고 등으로 분류할 수 있으며, 각 유통채널의 특성에 따라 가중치가 부여되는 항목이 정해질 수 있다.

[0061] 거래정보 관리장치(200)는 상술한 과정을 통해 각 유통채널에 대한 상품의 노출도를 산출하고, 노출도가 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상품정보를 제공하여 판매정보를 게재하거나 광고를 게재한다(S220).

[0062] 이상 설명한 바와 같이, 본 발명은 오프라인 마켓에서 사용되는 이동식 결제단말을 이용하여 상품 거래정보를 수집하고, 수집된 거래정보를 분석하여 해당 상품의 거래에 최적화된 전자상거래 사이트 혹은 광고 플랫폼에 해당 상품 정보를 제공함으로써 오프라인 상품의 판매 접점을 확대할 수 있다.

[0063] 또한, 판매자가 결제를 위해 등록된 상품 및 가격 정보를 전자상거래 마켓 및 광고 플랫폼에 자동 게재하여 오프라인과 온라인 상에서 중복되는 판매 관리 문제를 해결할 수 있으며, 최적의 전자상거래 업체 및 광고 플랫폼에 상품을 게재하여 거래 성공률을 향상시킬 수 있다.

[0064] 한편, 본 발명의 또 다른 측면에 따르면, 네트워크를 통해 상품정보 및 판매자정보를 입력받아 등록하는 단계; 상기 상품정보에 따라 체결된 거래정보를 수집하여 저장하는 단계; 상기 상품정보, 판매자정보 및 거래정보를 수신하여 상기 거래정보별로 설정된 노출도 산출 기준에 따라 상품의 노출도를 산출하는 단계; 산출된 상기 노출도에 대해 유통채널별로 설정된 가중치를 부여하여 상기 상품의 상기 유통채널별 가중 노출도를 산출하는 단계; 및 상기 가중치가 반영된 노출도의 합이 높은 순서로 기 설정된 개수의 유통채널을 선정하여 해당 유통채널에 상기 상품정보를 송신하는 단계를 포함하는 거래정보 관리장치의 제어방법이 프로그램으로 기록되고 전자 장치에서 판독 가능한 기록매체에 기록될 수 있다.

[0065] 이러한 거래정보 관리장치의 제어방법은 프로그램으로 작성 가능하며, 프로그램을 구성하는 코드들 및 코드 세그먼트들은 당해 분야의 프로그래머에 의하여 용이하게 추론될 수 있다. 또한, 거래정보 관리장치의 제어방법에 관한 프로그램은 전자장치가 읽을 수 있는 정보저장매체(Readable Media)에 저장되고, 전자장치에 의하여 읽혀지고 실행될 수 있다.

[0066] 이와 같이, 본 발명이 속하는 기술분야의 당업자는 본 발명이 그 기술적 사상이나 필수적 특징을 변경하지 않고서 다른 구체적인 형태로 실시될 수 있다는 것을 이해할 수 있을 것이다. 그러므로 이상에서 기술한 실시예들은 모든 면에서 예시적인 것이며 한정적인 것이 아닌 것으로서 이해해야만 한다. 본 발명의 범위는 상기 상세한 설명보다는 후술하는 특허청구범위에 의하여 나타내어지며, 특허청구범위의 의미 및 범위 그리고 그 등가 개념으로부터 도출되는 모든 변경 또는 변형된 형태가 본 발명의 범위에 포함되는 것으로 해석되어야 한다.

**산업상 이용가능성**

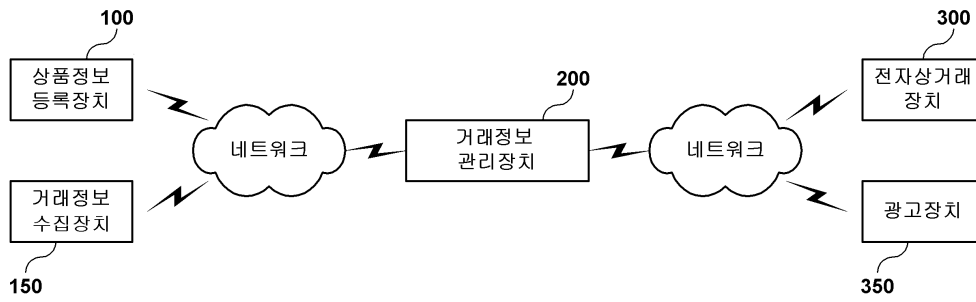
[0067] 본 발명은 이동식 결제단말을 통해 상품정보 및 거래정보를 수집하고 수집된 거래정보에 기초하여 해당 상품의 거래에 최적화된 전자상거래 사이트 혹은 광고 플랫폼에 해당 상품 정보를 제공함으로써 오프라인 상품의 판매 접점을 확대할 수 있으며 전자상거래 및 광고 효과를 향상시킬 수 있는 오프라인 거래정보를 이용한 전자상거래 중개 시스템 및 방법을 제공하는 데에 이용될 수 있다.

**부호의 설명**

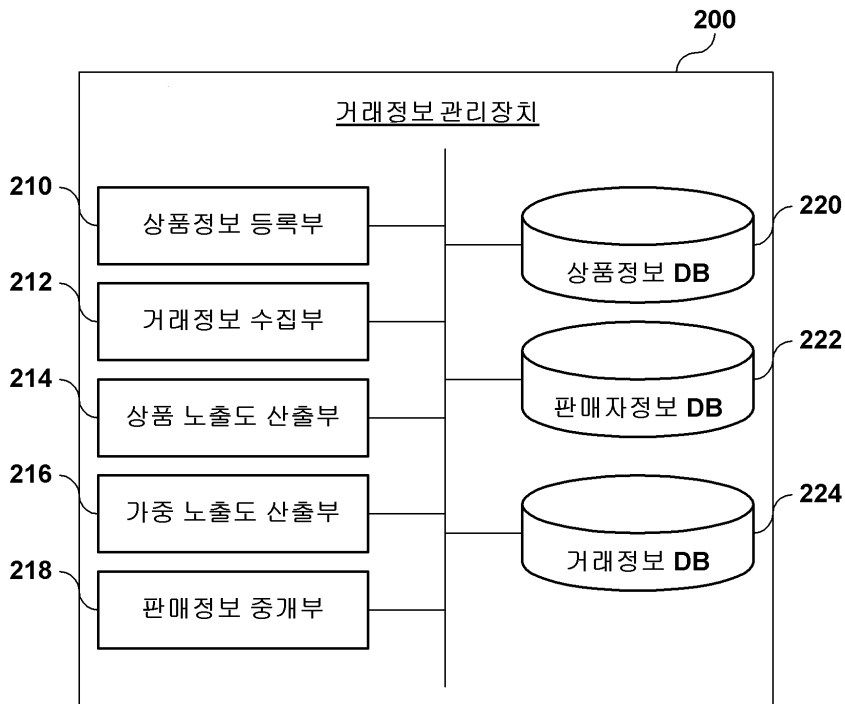
- |                        |                  |
|------------------------|------------------|
| [0068] 100 : 상품정보 등록장치 | 150 : 거래정보 수집장치  |
| 200 : 거래정보 관리장치        | 210 : 상품정보 등록부   |
| 212 : 거래정보 수집부         | 214 : 상품 노출도 산출부 |
| 216 : 가중 노출도 산출부       | 218 : 판매정보 중개부   |
| 220 : 상품정보 DB          | 222 : 판매자정보 DB   |
| 224 : 거래정보 DB          | 300 : 전자상거래 장치   |
| 350 : 광고장치             |                  |

도면

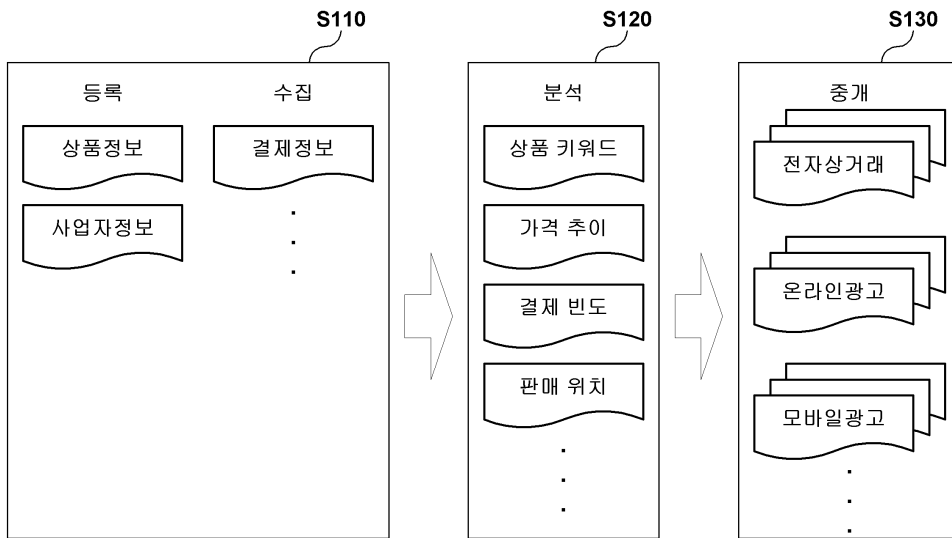
도면1



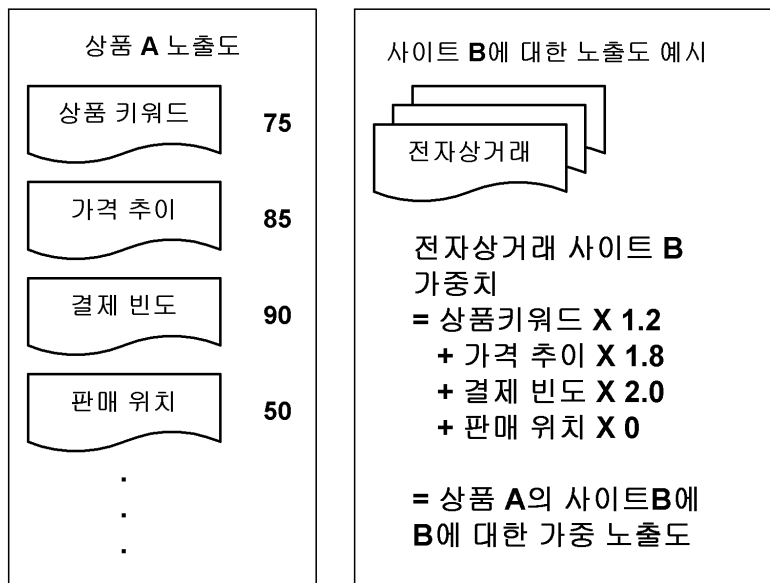
도면2



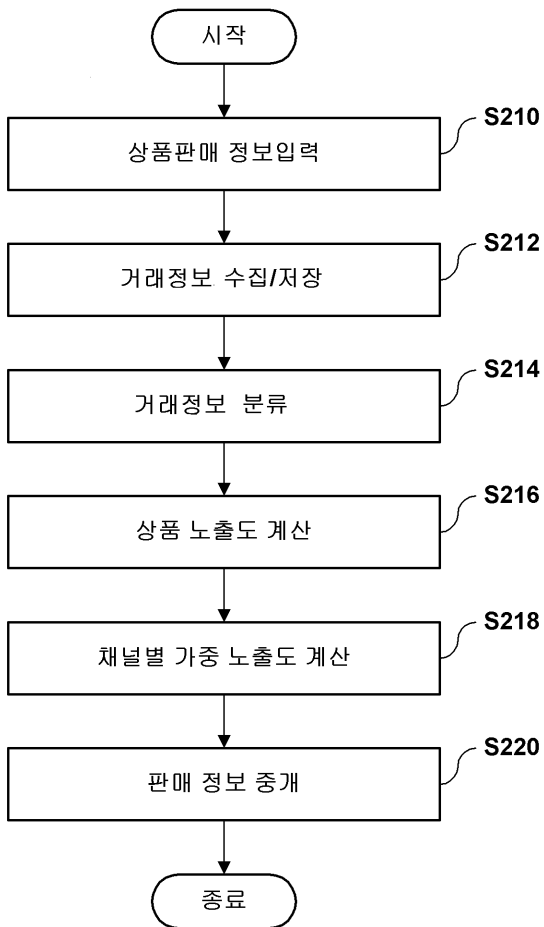
도면3



도면4



도면5



【심사관 직권보정사항】

【직권보정 1】

【보정항목】 청구범위

【보정세부항목】 청구항1

【변경전】

상기 유통채널별 가중 노출도를

【변경후】

유통채널별 가중 노출도를