



(19) 대한민국특허청(KR)

(12) 등록특허공보(B1)

(45) 공고일자 2014년09월25일

(11) 등록번호 10-1442229

(24) 등록일자 2014년09월12일

(51) 국제특허분류(Int. C1.)

G06Q 30/02 (2012.01) G06Q 50/30 (2012.01)

(21) 출원번호 10-2012-0064541

(22) 출원일자 2012년06월15일

심사청구일자 2012년06월15일

(65) 공개번호 10-2013-0141262

(43) 공개일자 2013년12월26일

(56) 선행기술조사문현

KR101116582 B1

KR101140078 B1

KR1020110125435 A

KR1020080083079 A

(73) 특허권자

주식회사 나인플라바

서울특별시 서초구 반포대로24길 15, 2층(서초동)

(72) 발명자

박성준

서울 관악구 인현1다길 49, B동 403호 (봉천동, 인현빌라)

박지훈

서울 송파구 올림픽로 435, 215동 2402호 (신천동, 파크리오)

(뒷면에 계속)

(74) 대리인

정영찬, 양두열

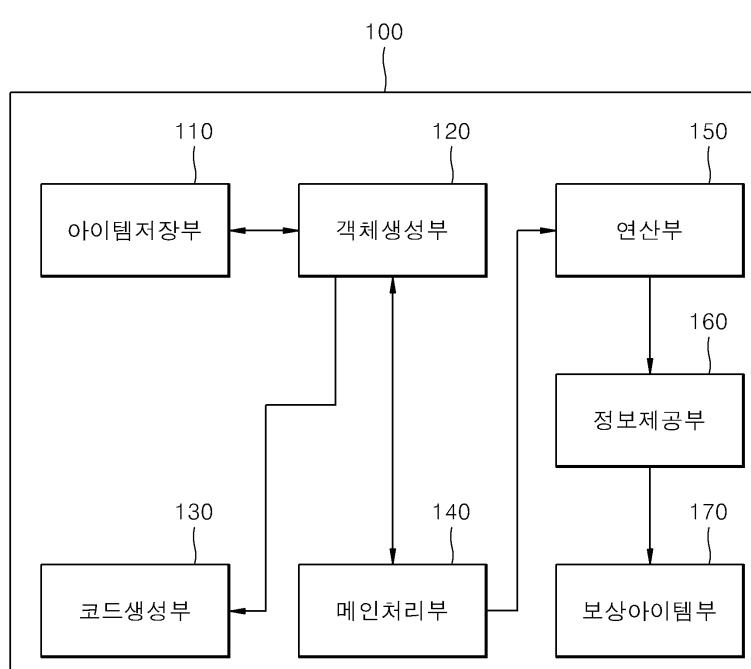
전체 청구항 수 : 총 5 항

심사관 : 홍경희

(54) 발명의 명칭 SNS기반의 정보 공유 마케팅 시스템

**(57) 요약**

본 발명에 의한 SNS기반의 정보 공유 마케팅 시스템은 텍스트, 음성 또는 영상 정보를 포함하여 이루어지는 공유 아이템 정보를 마케터로부터 입력받아 저장하는 아이템 저장부; 상기 공유 아이템 정보를 포함하여 구성되는 객체로서 소셜네트워크서비스(SNS) 공간으로 스크랩 가능한 객체인 플라바 객체를 상기 아이템 정보에 대응하는 (뒷면에 계속)

**대 표 도** - 도2

되도록 생성하는 객체생성부; 상기 플라바 객체가 링크되는 고유식별코드를 생성하여 저장하며 요청 신호가 입력되는 경우 상기 고유식별코드를 전송하는 코드생성부; 및 상기 고유식별코드에 대한 선택 신호가 입력되면, 상기 선택 신호를 입력한 공유자의 SNS 공간에 상기 플라바 객체가 생성되도록 프로세싱하는 메인처리부를 포함하는 것을 특징으로 한다.

상기 본 발명에 의하면 공유 아이템에 대한 정보를 선별적으로 공유할 수 있음을 물론, 선별적으로 공유된 정보를 이용하여 아이템 구매를 유기적으로 연계시킬 수 있고 구매자의 구매 패턴, 경향, 기호 패턴 등을 효율적으로 트래킹할 수 있어 더욱 효과적인 정보 공유 및 마케팅을 구현할 수 있다.

(72) 발명자

**박성호**

경기 성남시 분당구 느티로 22, 동양 파라곤 B동  
1507호 (정자동)

**반정주**

경기 광주시 오포읍 신현로 12-37, 102동 501호  
(오포e-편한세상)

---

**박경민**

서울 광진구 군자로10길 35-10, 1층 (군자동)

## 특허청구의 범위

### 청구항 1

고유식별코드를 입력하는 사용자인 공유자의 SNS를 이용하여 정보를 공유하는 마케팅 시스템으로서, 텍스트, 음성 또는 영상 정보를 포함하여 이루어지는 공유 아이템 정보를 마케터로부터 입력받아 저장하는 아이템 저장부;

상기 공유 아이템 정보를 포함하여 구성되는 객체로서 소셜네트워크서비스(SNS) 공간으로 스크랩 가능한 객체인 플라바 객체를 상기 아이템 정보에 대응되도록 생성하되, 상기 공유자의 SNS를 방문하는 방문자에 의하여 상기 플라바 객체의 공유가 가능하도록 공유 선택을 위한 인터페이싱 요소를 추가하여 상기 플라바 객체를 생성하는 객체생성부;

상기 플라바 객체가 링크되는 고유식별코드를 생성하여 저장하며 요청 신호가 입력되는 경우 상기 고유식별코드를 전송하는 코드생성부;

상기 고유식별코드에 대한 선택 신호가 입력되면, 상기 선택 신호를 입력한 공유자의 SNS 공간에 상기 플라바 객체가 생성되도록 프로세싱하고, 상기 인터페이싱 요소에 의하여 상기 플라바 객체의 공유가 선택되는 경우 선택한 방문자의 SNS 공간에 상기 플라바 객체가 생성되도록 프로세싱하는 메인처리부; 및

해당 공유 아이템에 대하여 생성된 플라바 객체의 개수 또는 상기 플라바 객체가 공유된 개수 정보를 갱신하여 생성하는 연산부를 포함하고,

상기 메인처리부는 상기 플라바 객체가 공유된 개수 및 공유한 사용자에 대한 정보가 상기 공유된 플라바 객체에 갱신되어 출력되도록 제어하는 것을 특징으로 하는 SNS 기반의 정보 공유 마케팅 시스템.

### 청구항 2

제 1항에 있어서, 상기 코드생성부는,

상기 고유식별코드를 큐알(QR)코드로 생성하고,

상기 고유식별코드에 대한 선택 신호 입력은 상기 QR코드의 스캔에 의하여 이루어지는 것을 특징으로 하는 SNS기반의 정보 공유 마케팅 시스템.

### 청구항 3

삭제

### 청구항 4

제 1항에 있어서,

상기 생성된 플라바 객체의 개수 정보 또는 상기 플라바 객체가 공유된 개수 정보를 해당 공유 아이템을 입력한 마케터에게 제공하는 정보제공부를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 SNS기반의 정보 공유 마케팅 시스템.

### 청구항 5

삭제

### 청구항 6

제 1항에 있어서,

상기 플라바 객체의 공유자 집단을 대상으로 상기 플라바 객체가 공유된 개수에 따라 차등적인 보상 아이템을 제공하는 보상아이템부를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 SNS기반의 정보 공유 마케팅 시스템.

### 청구항 7

삭제

## 청구항 8

제 6항에 있어서, 상기 보상아이템부는,

상기 공유자 집단의 구성원 중 일인이 상기 공유 아이템을 구매함에 따라 발생되는 마일리지 적립이 상기 공유자 집단에 공유되도록 제어하는 것을 특징으로 하는 SNS 기반의 정보 공유 마케팅 시스템.

## 명세서

### 기술 분야

[0001]

본 발명은 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)를 이용하여 아이템의 정보 또는 구매 등을 공유할 수 있도록 하는 마케팅 플랫폼 내지 시스템에 관한 것으로서, 더욱 구체적으로는 SNS 공간을 기반으로 사용자와 신뢰 관계가 형성된 공유자 집단의 의견, 의사, 품평, 리뷰 등을 제품 홍보 내지 마케팅에 자연스럽게 융합시킴으로써, 더욱 신뢰도 높은 정보가 선별되어 집합 내지 공유되도록 구성할 수 있음은 물론, 선별되고 집합된 정보를 매개시킴으로써 아이템에 대한 구매 활동 등에도 더욱 높은 시너지 효과를 제공할 수 있는 SNS 기반의 정보 공유 마케팅 플랫폼 내지 시스템에 관한 것이다.

## 배경기술

[0002]

근래 온라인을 이용하여 관계를 형성하고 관리할 수 있는 SNS를 이용한 다양한 온라인상의 공간이 활용되고 있다. 이러한 SNS는 사용자를 기준으로 사용자와 특정 관계가 있는 자들 사이에 어떠한 사회적 관계(relationship)를 형성하게 함으로써 자신에 대한 정보 공유는 물론, 다양한 아이템에 대한 정보를 자신과 관계를 맺고 있는 공유자들과 쉽게 공유할 수 있도록 운용되고 있다.

[0003]

한편, SNS를 이용하여 이루어지는 전자 상거래를 뜻하는 새로운 개념의 소셜 커머스(Social commerce)도 도입되어 이용되고 있으나, 이러한 소셜커머스는 어떠한 소셜 관계를 이용하여 제품 구매를 촉진하고 판매자 및 구매자 모두의 이익을 도모하기보다는 실제로는 단순히 다수의 구매자를 공동으로 제품 내지 용역 서비스와 연결시킴으로써 거래를 성립시키는 소위 공동 구매 형식과 크게 차이가 없다고 볼 수 있다.

[0004]

또한, 이러한 종래 소셜 커머스는 공동 구매에 의한 가격 인센티브(incentive)로 잠재고객을 용이하게 확보하는 장점을 가질 수 있다고는 할 수 있으나, 구매 행위는 개별적으로 완결되어 반복될 뿐, 연속성이 전혀 보장되지 않음은 물론, 절차 진행이 단절되게 되므로 구매자들 사이에서 정보가 공유된다거나 공유된 정보를 통하여 새로운 이차 구매가 확장되는 식의 발전적 관계가 전혀 실현될 수 없는 본질적인 단점을 가지고 있다.

[0005]

즉, 종래의 소셜 커머스 제도와 기법은 실제 제품을 구매하거나 경험한 자로서 자신과 특정 관계를 맺고 있는 자들의 의견이 연결 고리 내지 공유 관계로 점진적으로 확장되면서 신뢰성 높은 제품 구매가 이루어지는, 진정한 의미의 소셜 관계를 기반으로 한 소비 매개체가 되기에는 근본적인 한계가 있다고 할 수 있다.

[0006]

그러므로 상호 신뢰 관계가 형성된 공유 집단 소속자들의 구매 후기, 품평, 리뷰 등에 대한 복수 개의 통계 정보 중 실질적이고 신뢰도 높은 정보가 선별되도록 하고 자신의 SNS 상에서 상호 공유 내지 파급 가능하도록 구성하여 공유 집단 소속자들의 신뢰성 높은 정보를 제품 구매에 유기적으로 결합시킴으로써 기존 소셜 커머스의 한계를 획기적으로 극복할 필요성이 크다고 할 수 있다.

## 발명의 내용

### 해결하려는 과제

[0007]

본 발명은 상기와 같은 배경에서 상기 문제점 내지 필요성을 해결하기 위하여 창안된 것으로서, SNS에서 이루어지는 공유 집단 내에서 신뢰도 높고 실질적인 정보가 공유되도록 하고 이러한 공유 정보를 제품 구매 내지 홍보 등에 대한 아이템과 유기적으로 결합시킴으로써 아이템 제공자 및 공유자 내지 구매자 모두의 이익이 조화롭게 최적화될 수 있는 마케팅 플랫폼 내지 시스템을 제공하는데 본 발명의 목적이 있다.

[0008]

본 발명의 다른 목적 및 장점들은 하기에 설명될 것이며, 본 발명의 실시예에 의해 알게 될 것이다. 또한, 본 발명의 목적 및 장점들은 특허청구범위에 나타난 구성과 구성의 조합에 의해 실현될 수 있다.

## 과제의 해결 수단

[0009] 상기 목적을 달성하기 위한 본 발명의 SNS 기반의 정보 공유 마케팅 시스템은 텍스트, 음성 또는 영상 정보를 포함하여 이루어지는 공유 아이템 정보를 마케터로부터 입력받아 저장하는 아이템 저장부; 상기 공유 아이템 정보를 포함하여 구성되는 객체로서 소셜네트워크서비스(SNS) 공간으로 스크랩 가능한 객체인 플라바 객체를 상기 아이템 정보에 대응되도록 생성하는 객체생성부; 상기 플라바 객체가 링크되는 고유식별코드를 생성하여 저장하며 요청 신호가 입력되는 경우 상기 고유식별코드를 전송하는 코드생성부; 및 상기 고유식별코드에 대한 선택 신호가 입력되면, 상기 선택 신호를 입력한 공유자의 SNS 공간에 상기 플라바 객체가 생성되도록 프로세싱하는 메인처리부를 포함하여 구성될 수 있다.

[0010] 여기에서 본 발명의 상기 코드생성부는 상기 고유식별코드를 큐알(QR)코드로 생성하고, 상기 고유식별코드에 대한 선택 신호 입력은 상기 QR코드의 스캔에 의하여 이루어지도록 구성될 수 있다.

[0011] 또한, 본 발명의 상기 객체생성부는 상기 공유자의 SNS 방문자의 의하여 상기 플라바 객체의 공유가 가능하도록 공유 선택을 위한 인터페이싱 요소를 추가하여 상기 플라바 객체를 생성할 수 있으며, 이 때, 상기 메인처리부는 상기 인터페이싱 요소에 의하여 상기 플라바 객체의 공유가 선택되는 경우 선택한 방문자의 SNS 공간에 상기 플라바 객체가 생성되도록 프로세싱하도록 구성될 수 있다.

[0012] 더욱 바람직한 실시형태의 구현을 위하여 본 발명은 해당 공유 아이템에 대하여 생성된 플라바 객체의 개수를 개신하여 생성하는 연산부; 및 상기 생성된 플라바 객체의 개수 정보를 해당 공유 아이템을 입력한 마케터에게 제공하는 정보제공부를 더 포함하여 구성될 수 있다.

[0013] 여기에서, 본 발명의 상기 연산부는 상기 플라바 객체가 공유된 개수 정보를 개신하여 생성하도록 구성될 수 있으며, 이 경우, 상기 정보제공부는 해당 공유 아이템을 입력한 마케터에게 상기 플라바 객체가 공유된 개수 정보를 제공하도록 구성될 수 있다.

[0014] 또한, 본 발명은 상기 플라바 객체의 공유자 집단을 대상으로 상기 플라바 객체가 공유된 개수에 따라 차등적인 보상 아이템을 제공하는 보상아이템부를 더 포함하여 구성될 수 있으며, 상기 메인처리부는 상기 플라바 객체가 공유된 개수 또는 공유한 사용자에 대한 정보가 상기 공유된 플라바 객체에 개신되어 출력되도록 제어할 수 있다.

[0015] 더욱 바람직하게, 본 발명의 상기 보상아이템부는 상기 공유자 집단의 구성원 중 일인이 상기 공유 아이템을 구매함에 따라 발생되는 마일리지 적립이 상기 공유자 집단에 공유되도록 제어할 수 있다.

### 발명의 효과

[0016] 본 발명에 의한 SNS기반의 정보 공유 마케팅 시스템은 아이템에 대한 정보를 단순히 취합하여 종합된 의견을 공유하는 것이 아니라, 사용자와 특정 관계를 맺고 있는 특정 공유 집단에 소속된 자들의 의견만을 선별하여 공유하는 것이므로 더욱 신뢰도 높은 정보를 선별하여 공유할 수 있어 제품 구매 내지 정보 확보에 소요되는 시간을 획기적으로 단축할 수 있음은 물론, 이를 기초로 더욱 신뢰도 높은 구매 활동을 유도할 수 있는 효과를 창출할 수 있다.

[0017] 또한, 제품 구매 후기 등에 대한 복수 개의 정보를 단순히 취합하는 것이 아니라 제품 후기, 리뷰 등의 주체를 자신과 상호 신뢰 관계가 형성된 자들의 것들로 선별적으로 운용함으로써, 제품에 대한 공유된 정보의 신뢰성을 비약적으로 향상시킬 수 있음은 물론, 자신과 관계를 맺고 있는 자의 구매 패턴, 경향, 최근 이슈 아이템 등을 효과적으로 공유할 수 있어 SNS에서 공유되는 아이템을 새로운 시각과 방식에 의하여 확장할 수 있는 효과를 가질 수 있다.

[0018] 이와 함께, 특정 홈페이지 등에 게시된 정보를 확인하고 이에 대한 댓글을 업로드 하는 단편적이고 일방향적인 의사 소통에서 벗어나 SNS를 효과적으로 활용할 수 있어 제품 아이템에 대한 정보의 전파 내지 공유가 더욱 간단한 인터페이싱만으로 실현되어 정보 공유가 필요한 공유자 집단 내에서의 공유 정보 활용의 효율성을 극대화할 수 있다.

[0019] 본 발명에 의한 플랫폼 내지 시스템은 상술된 구성을 통하여 더욱 신뢰성 높은 아이템 홍보 및 구매가 이루어 질 수 있으며, SNS상에 형성된 공유 집단 내지 공유 관계 등을 활용하여 아이템 정보가 사용자들에게 노출된 실질적인 빈도 내지 정도는 물론, 정보가 공유된 정도를 수치화하고 이를 통계적으로 마케팅 등의 영역에 활용할 수 있는 효과를 제공할 수 있다.

### 도면의 간단한 설명

[0020]

본 명세서에 첨부되는 다음의 도면들은 본 발명의 바람직한 실시예를 예시하는 것이며, 후술되는 발명의 상세한 설명과 함께 본 발명의 기술사상을 더욱 이해시키는 역할을 하는 것이므로, 본 발명은 그러한 도면에 기재된 사항에만 한정되어 해석되어서는 아니 된다.

도 1은 본 발명에 의한 플랫폼 내지 시스템 및 주변 구성을 개략적으로 도시한 도면,

도 2는 본 발명에 의한 SNS기반의 정보 공유 마케팅 시스템의 바람직한 일 실시예에 의한 상세 구성을 도시한 블록도,

도 3은 본 발명에 의한 정보 공유 마케팅 시스템의 바람직한 일 실시예에 의한 프로세싱 과정을 도시한 흐름도,

도 4는 정보가 공유되는 객체인 플라바 객체가 형성되는 과정에 대한 바람직한 일 실시예를 도시한 도면,

도 5는 정보가 공유되는 객체인 플라바 객체가 형성되는 과정에 대한 바람직한 다른 실시예를 도시한 도면,

도 6은 공유된 플라바 객체 및 그 통계적 수치를 활용하는 본 발명의 바람직한 일 실시예를 도시한 도면,

도 7 내지 도 10은 마일리지 적립을 공유하는 본 발명의 실시예를 도시한 도면들이다.

### **발명을 실시하기 위한 구체적인 내용**

[0021]

이하, 첨부된 도면을 참조하여 본 발명의 바람직한 실시예를 상세히 설명하기로 한다. 이에 앞서, 본 명세서 및 청구범위에 사용된 용어나 단어는 통상적이거나 사전적인 의미로 한정해서 해석되어서는 아니 되며, 발명자는 그 자신의 발명을 가장 최선의 방법으로 설명하기 위해 용어의 개념을 적절하게 정의할 수 있다는 원칙에 입각하여 본 발명의 기술적 사상에 부합하는 의미와 개념으로 해석되어야만 한다.

[0022]

따라서, 본 명세서에 기재된 실시예와 도면에 도시된 구성은 본 발명의 가장 바람직한 일 실시예에 불과할 뿐이고 본 발명의 기술적 사상을 모두 대변하는 것은 아니므로, 본 출원시점에 있어서 이들을 대체할 수 있는 다양한 균등물과 변형예들이 있을 수 있음을 이해하여야 한다.

[0023]

도 1은 본 발명에 의한 SNS기반의 정보 공유 마케팅 플랫폼 내지 시스템(이하 시스템이라고 칭한다)(100) 및 주변 구성을 개략적으로 도시한 도면이다. 도 1에 도시된 바와 같이 본 발명의 시스템(100)은 사용자 클라이언트(10, 12)와 SNS 시스템을 운용하는 SNS서버(50)와 유무선 통신망(30)을 통하여 네트워크가 형성된다.

[0024]

본 발명의 시스템(100)은 정보 내지 데이터의 입력, 간접, 제어, 명령 전송 등을 포함한 다양한 데이터 프로세싱을 수행하는 플랫폼으로서 서버의 형태로 구현될 수 있다. 또한, 본 발명의 시스템(100)은 유선 또는 무선 인터넷 환경, LAN 환경 등을 비롯한 다양한 네트워크 망에 의하여 하나 이상의 클라이언트(200) 및 SNS서버(50)와 상호 연계될 수 있다.

[0025]

PC(10), 스마트폰(12) 등으로 예시되는 사용자 클라이언트는 후술되는 바와 같이 공유가 필요한 정보를 본 발명의 시스템(100)으로 전송하거나, 필요한 정보 내지 공유 객체 등에 대한 정보를 본 발명의 시스템(100)으로부터 전송받게 되므로 상기 클라이언트 등은 그 물리적 위치에 제한되지 않고 무선 데이터 접속 또는 웹 접속 등을 통하여 본 발명의 시스템(100)과 통신 가능한 형태라면 명칭이나 사양 등에 제한되지 않고 적용될 수 있다.

[0026]

본 발명의 시스템(100)은 사용자로부터 특정 요청 신호가 입력되면 필요한 데이터 가공 내지 처리 프로세싱을 통하여 생성된 데이터를 SNS서버(50)에 전송하거나 SNS서버(50)에 요청함으로써 사용자 자신의 SNS 공간에 특정 정보 객체가 생성되도록 제어하는 기능을 수행한다. 본 발명의 시스템(100)에 대한 상세 구성과 기능은 이하에서 도 2 및 도 3 등을 참조하여 구체적으로 설명하도록 한다.

[0027]

한편, 상기 도 1에 도시된 클라이언트(10, 12)는 본 발명이 구현된 서버 시스템(100)에 접속하는 해당 사용자 등을 논리적으로 표상하는 것이며, 사용자가 입력하거나 사용자에게 전달 내지 전송되는 데이터 내지 정보 등은 클라이언트를 매개하여 이루어짐은 자명하므로 이하 설명에서 사용자 등으로 지칭되는 행위 주체를 식별하는 용어는 해당 주체의 클라이언트 내지 클라이언트 단말과 대응되는 의미로 해석되어야 한다.

[0028]

도 2는 본 발명에 의한 시스템(100)의 바람직한 일 실시예에 의한 상세 구성을 도시한 블록도이며, 도 3은 본 발명에 의한 시스템(100)의 바람직한 일 실시예에 의한 프로세싱 과정을 도시한 흐름도이다.

[0029]

도 2에 도시된 바와 같이 본 발명의 시스템(100)은 아이템저장부(110), 객체생성부(120), 코드생성부(130),

메인처리부(140), 연산부(150), 정보제공부(160) 및 보상아이템부(170)를 포함하여 구성될 수 있다.

[0030] 이하에서 상술되는 본 발명의 시스템(100) 및 시스템(100)을 이루는 각 구성은 서버 등의 형태로 온라인 접속 등을 통하여 구현되며 구성으로서 물리적으로 구분되는 구성요소라기보다는 논리적으로 구분되는 구성요소 또는 이를 포함하는 구성요소로 이해되어야 한다.

[0031] 즉, 각각의 구성은 본 발명의 기술사상을 실현하기 위한 논리적인 구성요소에 해당하므로 각각의 구성요소가 통합 또는 분리되더라도 본 발명의 구성이 수행하는 기능이 실현될 수 있다면 본 발명의 범위 내에 있다고 해석되어야 하며, 동일 또는 유사한 기능을 수행하는 구성요소라면 그 명칭 상의 일치성 여부와는 무관히 본 발명의 범위 내에 있다고 해석되어야 함은 물론이다.

[0032] 상기 아이템저장부(110)는 텍스트, 음성, 사진, 동영상 등의 정보를 포함하여 이루어지며 공유, 홍보, 알림 또는 구매의 대상이 되는 제품, 공연, 서비스 등에 대한 아이템에 대한 정보인 공유 아이템 정보가 사용자로부터 제공되면(S310) 제공된 공유 아이템 정보를 저장한다.

[0033] 행위 주체를 구분하기 위하여 상기와 같은 공유 아이템 정보를 제공하는 사용자를 마케터(marker)라고 칭한다. 마케터는 자신이 홍보 내지 알리고자 하는 정보를 본 발명의 플랫폼 서비스 서버에 업로드하게 되는데, 계정 개설, 로그인 등의 프로세싱을 통하여 마케터의 인적 정보와 함께 상기 공유 아이템 정보가 저장될 수 있음을 물론이다.

[0034] 이러한 공유 아이템 정보는 다양하게 구성될 수 있는데, 일반 구매 대상 제품은 물론이며, 특정 랜드의 공연, 미술 작품, 설교문, 성경 구절, 주문 음식, 여행 정보, 관광지 홍보 정보, APP 홍보 등 공유될 수 있는 정보라면 그 대상에 제한되지 않고 이용될 수 있다.

[0035] 이와 같은 공유 아이템 정보가 저장되면, 본 발명의 객체생성부(120)는 상기 공유 아이템 정보를 포함하여 구성되는 객체로서 SNS 공간으로 스크랩 가능한 객체인 플라바 객체를 상기 공유 아이템 정보에 대응되도록 생성한다(S315). 본 발명에서는 새로운 개념의 SNS 공간으로 스크랩 되는 객체를 제안하며, 본 발명에 대한 이해의 효율성을 높이기 위하여 SNS 공간으로 스크랩 가능하도록 생성되는 이와 같은 객체를 이하에서는 플라바 객체로 지칭하도록 한다.

[0036] 객체생성부(120)에서 플라바 객체가 생성되면, 이와 함께 본 발명의 코드생성부(130)는 상기 플라바 객체가 SNS 상으로 링크 가능하도록 하는 고유식별코드를 생성하여 저장한다(S320). 이와 같이 생성된 고유식별코드는 마케터 등으로부터 요청 신호가 입력되면 마케터 또는 마케터에 해당하는 클라이언트로 전송된다(S325).

[0037] 이러한 고유식별코드는 온라인 상에서 이루어지는 선택 신호 등에 의하여 앞서 설명된 플라바 객체가 SNS 상으로 표출되도록 상기 플라바 객체가 링크되는 기능을 수행하는 요소로서 사용자의 선택에 의하여 링크될 수 있다면 다양한 적용례가 가능하다.

[0038] 이와 같이 생성된 고유식별코드는 마케터 등에게 제공되며, 마케터는 자신의 홈페이지, SNS 등에 이 고유식별코드를 게시하며, 게시된 고유식별코드를 클릭하는 등의 선택 입력을 통하여 제3자에게 상기 고유식별코드에 대응되는 플라바 객체가 제공되도록 구성된다.

[0039] 특히, 본 발명의 바람직한 실시예에서는 도 4의 (a)에 도시된 바와 같이 상기 고유식별코드를 QR코드로 생성할 수 있는데, 마케터에게 이 QR코드가 제공되면, 마케터는 홍보 책자, 포스터, 온라인 등에 이 QR코드를 게시하여 다른 사용자들로 하여금 이 QR 코드의 스캐닝이 가능하도록 한다.

[0040] QR 코드의 생성 및 배포 등을 더욱 효율적으로 구현하기 위하여 공유 아이템인 제품 또는 용역 서비스의 구매 등이 신용카드 내지 체크 카드로 이루어지는 경우, 신용카드 등의 전표에 인자되도록 구성하는 것이 바람직하다. 이와 같이 구성하는 경우, QR 코드 자체의 생성과 제작을 위하여 추가적인 시스템 구성이 필요없고 종래 구비되어 있는 신용카드 전표 발행 단말을 그대로 활용할 수 있는 장점을 가질 수 있다.

[0041] 해당 공유 아이템에 대한 QR 코드 데이터는 신용카드 거래를 수행하는 VAN 사 등에 전송하여 VAN 사의 제어 시스템을 통하여 전표 발행 단말을 통하여 QR 코드가 전표에 인자될 수 있도록 구성할 수 있다.

[0042] 이와 같이 QR코드 체계로 제공된 고유식별코드를 사용자가 도 4의 (b)와 같이 자신의 스마트폰 앱 등을 이용하여 스캐닝하면(S330) 스캐닝된 고유식별코드 정보가 본 발명의 시스템(100)으로 전송되고, 본 발명의 메인 처리부(140)는 상기 고유식별코드를 스캐닝한 사용자인 공유자의 SNS 공간에 상기 플라바 객체가 생성되도록 프로세싱하게 된다.

- [0043] 이와 같이 공유자의 SNS 공간에 생성되는 플라바 객체는 도 4의 (c) 또는 (d)와 같이 클라이언트의 형태, 사용되는 SNS의 종류 등에 따라 다양한 형태로 제공될 수 있다. 마케터 등에 의하여 배포된 QR코드를 이용하여 플라바 객체를 공유하는 자를 다른 행위 주체와 편의적으로 구분하기 위하여 공유자라고 지칭한다.
- [0044] 본 발명의 객체생성부(120)는 플라바 객체가 공유자의 SNS 상에 생성되는 경우, 이 생성된 플라바 객체에 대한 연쇄적인 공유가 가능하도록 공유 의사가 입력되는 선택 인터페이싱 요소를 추가하여 상기 플라바 객체를 생성하는 것이 바람직하며, 이와 함께, 본 발명의 메인처리부(140)는 상기 인터페이싱 요소에 의하여 상기 플라바 객체의 공유가 선택되는 경우 선택한 방문자의 SNS 공간에 상기 플라바 객체가 생성되도록 프로세싱한다.
- [0045] 예를 들어, 도 4의 (c)와 (d)와 같이 플라바 객체에는, 공유 아이템에 대한 설명, 리뷰, 소개 등의 정보가 텍스트, 음성, 영상 등으로 구성됨은 물론, 이 플라바 객체를 접하게 되는 방문자(공유자의 SNS를 방문하는 제3자 등)가 방문자의 SNS에 이 플라바 객체가 업로드 되도록 하는 인터페이싱 요소(도 4의 (c)와 (d)의 a)가 함께 구성될 수 있다.
- [0046] 즉, 방문자(70)가 공유자(60)의 SNS에 접속하여(S345) 공유자의 SNS에 게시되어 있는 특정 플라바 객체를 보고 자신의 관심 분야에 해당한다거나 해당 아이템에 대한 정보를 보유하고자 하는 경우 복잡한 과정이나 절차를 거치지 않고 플라바 객체에 포함된 인터페이싱 요소를 선택하기만 하면(S350), 본 발명의 메인처리부(140)는 선택 입력에 의한 후속 데이터 처리로 해당 방문자의 SNS로 플라바 객체가 생성되도록 제어한다.
- [0047] 본 발명의 메인처리부(140)는 이미 본 발명의 시스템 서버상에 해당 플라바 객체를 생성하여 저장하고 있으므로, 공유자 또는 방문자의 공유 선택 시 최초에 한하여 자신의 SNS 종류, SNS 정보 게시에 대한 동의, 해당 SNS 로그인 정보 등을 확인하고, 확인된 정보와 저장된 플라바 객체 정보를 해당 SNS 서버 측으로 전달하여 해당 SNS 서버와의 연계를 통하여 공유자 또는 방문자에 해당하는 SNS로 해당 플라바 객체가 생성되도록 제어한다.
- [0048] SNS 서버로 플라바 객체를 전송하는 경우, SNS 종류에 부합되는 데이터 형태로 변환하는 적절한 후속 프로세싱을 거쳐 해당 SNS에 최적화될 수 있도록 구성하는 것이 바람직하다.
- [0049] 플라바 객체는 도 4 및 도 5에 예시된 바와 같이 다양한 아이템을 기초로 생성될 수 있는데, 도 5에 도시된 실시예로 추가적인 설명을 하면 다음과 같다.
- [0050] 우선, 특정 미술작품의 사진 자료를 포함하여 미술 작품에 대한 설명, 배경, 작가 등에 대한 정보가 수록되는 공유 아이템 정보가 제공되면(S310), 이 공유 아이템 정보를 저장하고 이와 함께 공유 아이템에 대한 플라바 객체를 생성한다(S315).
- [0051] 플라바 객체의 생성이 완료되면, 플라바 객체가 링크되는 고유식별코드인 QR코드가 마케터(미술관 등)에게 제공되며(S325), 미술관 관계자 등은 제공된 QR 코드를 해당 미술 작품 근처에 배치하여 사용자들이 접할 수 있도록 구성한다.
- [0052] 그 후 관람객이 해당 QR 코드를 스캐닝하면(도 5의 (b))(S330) 링크되는 고유식별코드 정보가 본 발명의 플랫폼 시스템(100)으로 전송되고, 본 발명의 플랫폼 시스템(100)은 스캐닝한 사용자 클라이언트(60, 70)에 해당하는 SNS 공간에 플라바 객체가 생성(도 5의 (c))되도록 제어한다(S340).
- [0053] 이와 같이 방문자에 의하여 플라바 객체가 공유되는 경우, 공유된 사실 정보와 공유된 플라바 객체에 대한 정보는 본 발명의 시스템(100)으로 입력되는데, 본 발명의 연산부(150)는 해당 공유 아이템에 대하여 생성된 플라바 객체의 개수를 주기적 내지 실시간으로 갱신하여 생성한다(S365).
- [0054] 한편, 앞서 설명된 바와 같이 플라바 객체가 해당 사용자의 SNS에 생성되거나 공유되는 경우 해당 플라바 객체가 생성된 개수 정보 또는 공유된 개수 정보가 플라바 객체에 나타나도록 구성하여, 특정 공유 아이템에 해당하는 플라바 객체의 인지도, 공유도, 공유된 사용자 정보 등 또한, 공유될 수 있도록 구성하는 것이 바람직하다. 이를 위하여 본 발명의 메인처리부(140)는 공유된 플라바 객체에 대한 갱신 정보를 전송하여 상기 플라바 객체가 공유된 개수 또는 공유한 사용자에 대한 정보가 상기 공유된 플라바 객체에 갱신되어 출력되도록 제어한다(S370).
- [0055] 이 경우 플라바 객체를 생성한 사용자의 성별, 연령, 기호, 구매 패턴 등에 대한 데이터와 함께 연계시켜 저장함으로써 고객 CRM(Customer Relationship management)을 더욱 효과적으로 구현할 수 있도록 구성하는 것이 더욱 바람직하다.

- [0056] 설명된 바와 같이 본 발명의 연산부(150)가 플라바 객체의 개수 정보 또는 플라바 객체를 생성한 사용자의 정보 등을 생성하면 본 발명의 정보제공부(160)는 해당 아이템에 대한 정보를 제공한 마케터에게 생성된 플라바 객체의 개수 정보 또는 플라바 객체를 생성한 사용자에 대한 정보 등을 제공하도록 구성하여 추가적인 별도의 고객 관리 프로그램을 운용하지 않고도 구매 패턴의 트래킹이 가능하고 제품 마케팅에 더욱 효과적이고 실질적인 정보 활용이 가능하도록 구성할 수 있다.
- [0057] 예를 들어, 도 6에 도시된 바와 같이 생성된 전체 플라바 객체의 개수, 자신의 SNS에 플라바 객체를 생성하거나 공유한 사용자의 수 등에 대한 정보 등을 마케터 등에게 제공하게 된다.
- [0058] 제품 프로모션을 포함한 제품 마케팅을 더욱 효과적으로 구현하기 위하여 본 발명의 아이템저장부(110)는 최초 해당 아이템에 대한 정보를 마케터로부터 제공받을 때, 플라바 객체가 생성된 개수 또는 공유된 개수 등에 따라 고객에게 제공되는 쿠폰, 보상 아이템에 대한 정보를 추가적으로 제공받아 저장하고, 상기 플라바 객체를 공유자 집단을 대상으로 상기 플라바 객체가 공유된 개수에 따라 차등적인 보상 아이템을 제공하도록 구성하는 것이 바람직하다.
- [0059] 이와 같이 구성하는 경우, 특정한 관계를 맺고 있는 공유자들이 함께 보상 아이템을 공유하여 제공받도록 할 수 있으므로 공유자들의 오프라인 활동이나 만남 등을 더욱 효과적으로 활성화할 수 있음은 물론 공유자들의 소셜 관계를 더욱 효과적으로 지속시킬 수 있도록 유도할 수도 있다.
- [0060] 이러한 보상 아이템은 사은품 증정, 제품 구매 가격을 할인하는 아이템, 콘서트 또는 밴드의 음악을 들을 수 있는 범위를 차등적으로 적용하는 아이템 등을 포함하여 다양하게 설정되어 공유자들에게 제공될 수 있도록 할 수 있다.
- [0061] 이하에서는 첨부된 도 7 내지 10을 참조하여 보상 아이템에 대한 더욱 바람직한 실시형태를 설명하도록 한다.
- [0062] 종래 특정 상품이나 서비스를 구매하는 경우, 종이 매체 또는 전자 매체 등을 이용한 마일리지 카드를 발행하고 구매 회수 등을 표기하여 기준이 되는 소정 회수 이용이 이루어지면 소정 아이템 상품이 지급되는 방법이 이용되고 있다.
- [0063] 이러한 종래 방법은 독립된 개인별로 발행되는 것에 지나지 않아 고정 고객이 지속적으로 해당 제품 등을 구매하도록 유도하는 제한된 효용성만을 가질 뿐, 마일리지 카드를 통하여 신규 고객이 창출되기는 어려우며, 홍보 마케팅 등에서 제한성을 가지는 한계점을 가진다.
- [0064] 본 발명은 이러한 문제점을 극복하고 공유자 집단 간의 제품 구매에 대한 공유도를 더욱 효과적으로 높일 수 있도록 공유자 집단의 구성원들의 마일리지 카드와 적립 회수 및 기준 회수 도달에 따른 사은품 지급 등이 공유되도록 구성하는 방법을 제안한다.
- [0065] 이를 위한 본 발명의 보상아이템부(170)는 상기 공유자 집단의 구성원 중 일인이 특정 제품이나 서비스 등의 공유 아이템에 대한 구매 행위가 이루어지면, 공유자 집단 구성원 전원의 마일리지 카드의 적립이 이루어지도록 제어한다.
- [0066] 구체적으로 공유자 집단과의 마일리지 적립의 공유에 대한 의사 여부를 공유자에게 요청하고(도 7 참조), 공유 확인이 이루어지면 공유자 집단 간의 마일리지 공동 적립이 개시된다(도 8참조).
- [0067] 또한, 공유 아이템을 구매한 구매자에게 공유자 집단의 구성원에 해당하는 친구 초대 기능을 부가하여 자신이 구매한 공유 아이템에 대한 마일리지 공유를 설정하도록 구성할 수도 있다(도 9참조).
- [0068] 이와 같은 설정에 의하여 공유자들 간의 마일리지가 공유되면, 본 발명의 메인처리부(140)는 도 10과 같이 플라바 객체에 상기 공유 마일리지에 대한 상태 정보가 추가적으로 출력될 수 있도록 구성할 수 있다.
- [0069] 이상에서 본 발명은 비록 한정된 실시예와 도면에 의해 설명되었으나, 본 발명은 이것에 의해 한정되지 않으며 본 발명이 속하는 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자에 의해 본 발명의 기술사상과 아래에 기재될 특허 청구범위의 균등범위 내에서 다양한 수정 및 변형이 가능함은 물론이다.
- [0070] 본 발명의 설명과 그에 대한 실시예의 도시를 위하여 첨부된 도면 등은 본 발명에 의한 기술 내용을 강조 내지 부각하기 위하여 다소 과장된 형태로 도시될 수 있으나, 앞서 기술된 내용과 도면에 도시된 사항 등을 고려하여 본 기술 분야의 통상의 기술자 수준에서 다양한 형태의 변형 적용예가 가능할 수 있음은 자명하다고 해석되어야 한다.

**부호의 설명**

[0071]

100 : 마케팅 플랫폼 시스템

110 : 아이템저장부

120 : 객체생성부

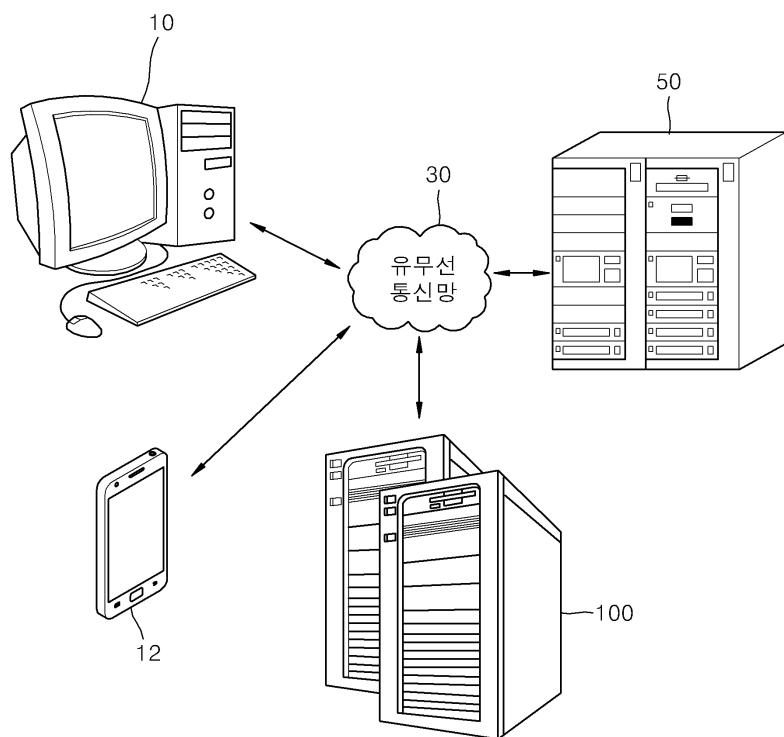
130 : 코드생성부

140 : 메인처리부

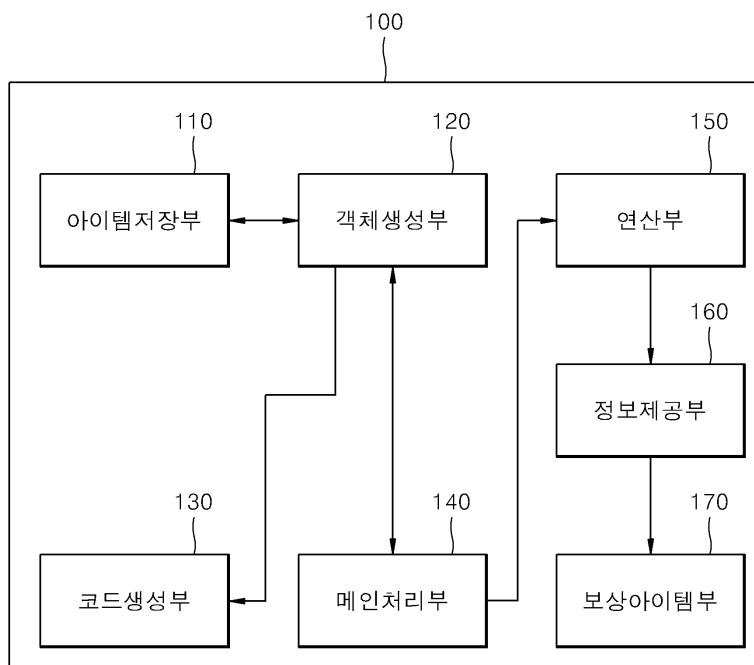
150 : 연산부

160 : 정보제공부

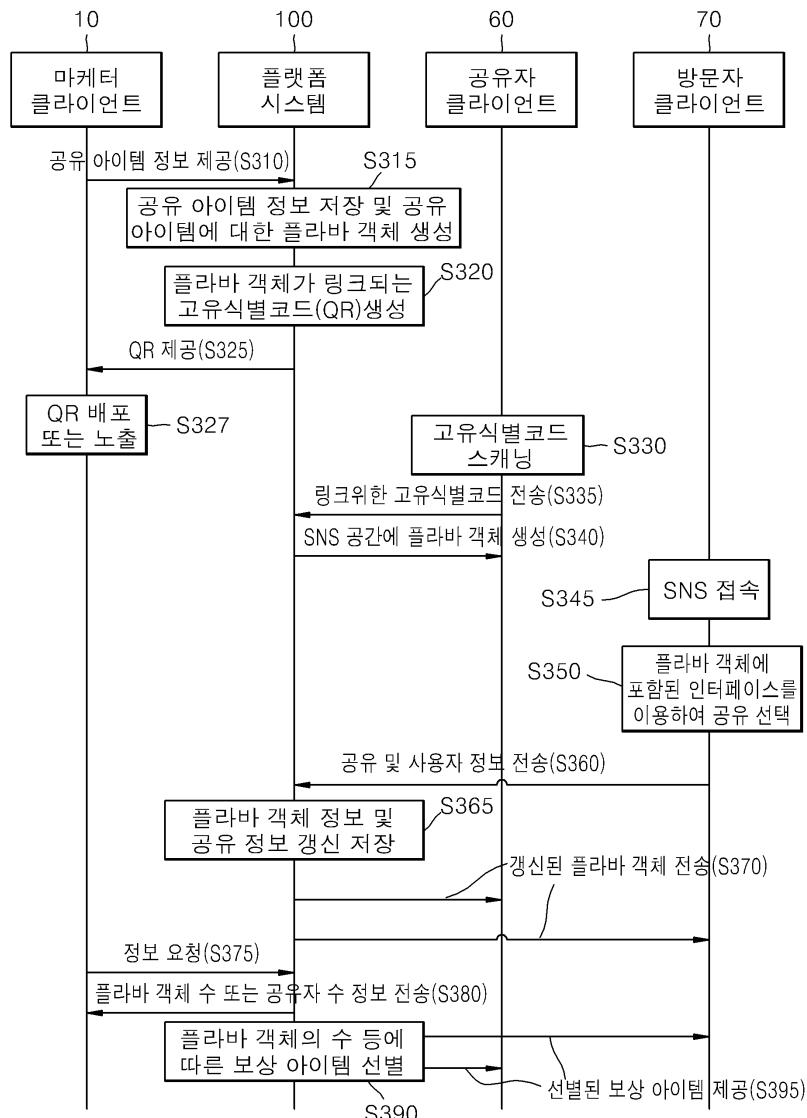
170 : 보상아이템부

**도면****도면1**

## 도면2



## 도면3



## 도면4



(a)



(b)



(c)



(d)

도면5



(a)



(b)

친구들의 플라바 내 플라바

**피겔리아** 보기

유기농 저칼로리 전문 피자 Restaurant  
다이어트 할 때도 맛있는 피자를 먹자!  
10번 적립하면 상시 30% 할인!!  
함께 적립하고 혜택 받으세요!!

Nicky 외 3명  
2011.06.08

**겨울냄새 ost** 보기

비손(류호석)과 래스(강원규)의 프로젝트  
그룹, 시원한 설월과 스키 영상의 '겨울냄새'  
OST-날개를 펴고 읊월 공개!! 8명의 팬미  
모이면 미공개 읊월 공개!!

Swook 외 6명  
2011.06.17

**고흐 : 해바라기** 보기

후기 인상주의의 대표적인 화가 반센트 반  
고흐! 강렬한 색채와 격렬한 필지를 사용해  
자신만의 작품세계를 확립 그의 대표작  
해바라기!

pkm 외 5명  
2011.07.02

(c)

## 도면6

계정 : “월간 Girls Fashion”				
product	detail	총 플라바수	총 고객수	평균고객/플라바
 사넬루즈코코	10명 조인하면 50% 할인쿠폰	1283	3592	2.9
 Miss Bread	3명 조인하면 소시지소프트 증정	819	2193	2.5

(a)

혜택 : “3명 조인하면 소시지소프트 증정”

참여자 : 819명 | 여 528 / 남 291 | 10대 18% / 20대 45% / 30대 37% | more

[최신순](#) / [플라바크기순](#)

플라바 ID	생성일	조인고객수	고객정보
819	110828 18:28	3	 Jackie Park  민경호  Heejun Kim
818	110828 18:21	11	 장근영  Young sun  Wonyoung  이윤경  Bangja Lee  Choi Yuna  박재우  김현석  김현경

(b)

## 도면7



도면8



도면9



도면10

