

ROYAUME DE BELGIQUE

BREVET D'INVENTION



MINISTERE DES AFFAIRES ECONOMIQUES

NUMERO DE PUBLICATION : 1013848A6

NUMERO DE DEPOT : 2000/0711

Classif. Internat. : G06F G07G

Date de délivrance le : 01 Octobre 2002

Le Ministre des Affaires Economiques,

Vu la Convention de Paris du 20 Mars 1883 pour la Protection de la propriété industrielle;

Vu la loi du 28 Mars 1984 sur les brevets d'invention, notamment l'article 22;

Vu l'arrêté royal du 2 Décembre 1986 relatif à la demande, à la délivrance et au maintien en vigueur des brevets d'invention, notamment l'article 28;

Vu le procès verbal dressé le 08 Novembre 2000 à 10H00 à l'Office de la Propriété Industrielle

ARRETE:

ARTICLE 1.- Il est délivré à : CATALINA MARKETING INTERNATIONAL, INC.
11300 9th Street North, ST. PETERSBURG FLORIDA 33716(ETATS-UNIS D'AMERIQUE)

représenté(e)(s) par : DONNE Eddy, BUREAU M.F.J. BOCKSTAEL, Arenbergstraat, 13 - B
2000 ANTWERPEN.

un brevet d'invention d'une durée de 6 ans, sous réserve du paiement des taxes annuelles, pour : METHODE ET SYSTEME AUTOMATISES POUR LE SUIVI, LE CHARGEMENT ET L'ANALYSE AUTOMATISES DE COUPONS DE REMISE DE PROMOTEURS MULTIPLES.

PRIORITE(S) 01.12.99 US USA 452678

ARTICLE 2.- Ce brevet est délivré sans examen préalable de la brevetabilité de l'invention, sans garantie du mérite de l'invention ou de l'exactitude de la description de celle-ci et aux risques et périls du(des) demandeurs(s).

Pour expédition certifiée conforme

BAILLEUX G.
Conseiller adjoint

Bruxelles, le 01 Octobre 2002
PAR DELEGATION SPECIALE :

BAILLEUX G.
Conseiller adjoint

**METHODE ET SYSTEME AUTOMATISES POUR LE SUIVI, LE CHARGEMENT
ET L'ANALYSE AUTOMATISES DE COUPONS DE REMISE DE
PROMOTEURS MULTIPLES**

Historique de l'invention

Domaine de l'invention

La présente invention concerne le traitement automatisé de remises promotionnelles de vente au détail et, en particulier, le suivi, le chargement et l'analyse automatisés de promotions de vente au détail offertes par une pluralité de promoteurs.

Description de l'historique

Les coupons de remise ont été une technique de promotion commerciale réussie pour améliorer la vente d'articles. La majorité des coupons actuellement donnés aux clients proposent une remise aux clients qui achètent un article unique spécifié. La procédure de remboursement de tels coupons au point de vente est relativement directe parce que le détaillant n'a qu'à identifier si cet article unique a été acheté avant d'accorder au client la remise spécifiée. Le traitement de ces coupons par le détaillant et le promoteur de la promotion, qui est généralement le fabricant de l'article, est également assez direct car le détaillant n'a seulement qu'à renvoyer le coupon au promoteur ou à l'agent du promoteur pour recevoir le coût de la remise que le détaillant a faite au client. Des promotions de vente au détail sont aussi offertes qui proposent une remise si un client achète une combinaison spécifiée d'articles. Ces promotions d'articles multiples donnent au client un choix d'articles qu'il peut acheter et en recevoir un avantage. La fourniture de promotions d'articles multiples

impliquant des articles promus par différentes entités a été limitée par le mécanisme suivi par les détaillants pour rembourser des coupons au point de vente. Les procédures des détaillants pour rembourser des coupons sont centrées sur des promotions qui exigent seulement l'achat d'un seul article et c'est pourquoi un seul promoteur de la promotion peut se voir imputer la remise offerte au client. Les coupons ou autres promotions qui exigent qu'un client achète plusieurs articles de plusieurs marques ou promoteurs n'ont pas été mis en pratique parce que la répartition des frais ne peut pas être faite efficacement en raison des procédures normalement utilisées par les détaillants pour rembourser les coupons. Les frais de promotions d'articles multiples existantes sont généralement divisés en parts égales parmi l'ensemble des promoteurs participant à la promotion sans tenir compte du nombre d'articles vendus par chaque promoteur à la suite de la promotion.

Résumé de l'invention

Un objectif de la présente invention est d'améliorer la flexibilité et la possibilité de mise en oeuvre d'offres promotionnelles.

Un autre objectif de la présente invention est de proposer une technique améliorée pour contrôler des promotions d'articles multiples.

Un autre objectif de la présente invention est d'améliorer la collecte d'informations concernant les préférences des clients.

Encore un autre objectif de cette invention est de permettre une répartition plus précise des frais de chaque promoteur d'une promotion commerciale à plusieurs promoteurs.

La présente invention atteint ces objectifs en proposant une méthode et un système pour déterminer automatiquement si les sélections d'achats faites par un client satisfont aux exigences associées à n'importe quelles promotions d'articles multiples à la disposition de ce client, fournissant un avantage associé aux promotions d'articles multiples satisfaites par les achats de ce client, et débitant automatiquement les promoteurs de cette promotion pour le montant de l'avantage fourni au client. La présente invention détermine aussi automatiquement si un client achète des articles qui le qualifient pour recevoir un jeton ou coupon unique contenant un cumul des remises correspondant à

plusieurs articles que le client a achetés, enregistre une description des articles achetés correspondant aux remises sur le jeton ou coupon unique, fait le suivi du remboursement de ce jeton ou coupon unique et débite automatiquement les promoteurs des articles qui ont été achetés ayant initialisé la génération de ce coupon du coût de la remise fournie au client. La présente invention enregistre en outre des informations concernant les avantages fournis par les promotions d'articles multiples pour aider à la collecte de statistiques commerciales afin de supporter l'analyse de l'efficacité des promotions. La présente invention peut en outre enregistrer des données en association avec l'identification d'un client afin d'analyser l'acceptation par ce client de promotions d'articles multiples et les sélections d'achats en combinaison existantes faites par ce client.

Description succincte des dessins

La figure 1 représente un schéma général d'un système de point de vente (POS) mettant en oeuvre la présente invention.

La figure 2 représente les bases de données utilisées pour stocker des données cumulées et employées par la présente invention.

La figure 3 représente un coupon offrant une promotion de combinaisons d'achats qui est acceptée par la présente invention.

La figure 4 représente un coupon de remises cumulées imprimé généré par la présente invention.

La figure 5 représente le contenu d'une base de données des remises futures utilisée par la présente invention.

La figure 6 représente le contenu d'une base de données des remboursements utilisée par la présente invention.

Description des réalisations préférées

La présente invention s'adresse à un traitement plus approfondi et à une comptabilité plus précise et plus complète des frais et des statistiques de remboursements associés à des promotions d'articles multiples. Les promotions d'articles multiples utilisées par la présente invention comprennent deux types de promotions, les promotions de remises cumulées et les promotions de combinaisons d'achats. Ces promotions fournissent des

mesures incitatives, telles des remises, aux clients pour les inciter à acheter plusieurs articles. Une compréhension complète des caractéristiques et des avantages de la présente invention est facilitée en décrivant tout d'abord ces promotions.

Un type de promotion d'articles multiples traité par la présente invention est désigné sous le nom de "promotion de remises cumulées". Une promotion de remises cumulées donne à un client qui a fait des achats chez un détaillant spécifié un coupon pour une remise future sur n'importe quel achat auprès du même détaillant. Une promotion de remises cumulées est une promotion qui accorde à un client une ristourne future en réponse à l'achat du client de plusieurs articles qualitatifs. Une promotion de remises cumulées détermine si le groupe d'articles achetés par le client contient des plusieurs articles dont chacun qualifie pour une remise future. Le système de contrôle génère alors un jeton unique qui contient le cumul de chacune des remises futures multiples correspondant à l'ensemble des articles qualitatifs achetés.

Un coupon de remises cumulées, qui est représenté sur la figure 4, évite la nécessité d'imprimer une pluralité de coupons, où chaque coupon correspondrait à un article qualitatif individuel, lorsque des clients achètent plusieurs articles. Les articles qui initialisent la remise, et le montant de la remise, sont détaillés sur le coupon représenté sur la figure 4, et la remise totale est aussi imprimée. L'offre d'une remise future, à l'inverse de fournir une remise sur l'achat de l'article qualitatif lui-même, a l'avantage d'obliger le client à retourner chez le détaillant et à faire un autre achat. Le coupon de remises cumulées a encore l'avantage d'être un coupon unique ayant une valeur plus élevée que le client est plus susceptible de conserver et de ramener chez le détaillant pour être remboursé. La présente invention adresse le suivi automatisé des articles multiples (et leurs promoteurs associés) qui ont été vendus et ont initialisé la remise cumulée.

Un autre type de promotion d'articles multiples traité par la présente invention est une "promotion de combinaisons d'achats". Une promotion de combinaisons d'achats est une promotion qui donnera à un client une remise ou un autre avantage si le client achète une combinaison prédéterminée

d'articles. Un client peut être informé sur une promotion de combinaisons d'achats par une publicité en magasin, ou par des coupons indiquant l'exigence de combinaisons d'achats pour cette promotion. La combinaison prédéterminée d'articles est définie par une exigence de combinaisons d'achats qui peut spécifier une combinaison définie d'articles qui doivent être achetés, ou l'exigence de combinaisons d'achats peut spécifier que le client soit tenu d'acheter un sous-ensemble décrit d'une liste énumérée d'articles. Satisfaire à l'exigence de combinaisons d'achats est une condition préalable pour bénéficier d'une remise de combinaison d'achats ou d'un autre avantage. Un exemple d'exigence de combinaisons d'achats peut stipuler "Achetez 2 articles quelconques parmi les articles A, B et C et recevez une ristourne d'un dollar". Dans cet exemple, l'avantage associé à la promotion de combinaisons d'achats (une remise d'un dollar) est proposé au client si le client achète deux des trois articles spécifiés : A, B ou C.

Un avantage d'une promotion de combinaisons d'achats peut être un coupon proposant une remise à appliquer lors de la prochaine visite au magasin du client. Ce type de coupon a, pour le détaillant, le même avantage que le coupon de remises cumulées en ce que le client doit faire une autre visite au magasin pour bénéficier de l'avantage.

Un affichage d'une exigence de combinaisons d'achats d'une promotion de combinaisons d'achats peut avoir aussi la forme "Achetez A et B, et recevez C gratuitement !". Cette promotion exige que le client achète A et B, et le détaillant donnera gratuitement au client un article C afin de fournir l'avantage associé à la promotion.

Les promotions d'articles multiples sont caractérisées en donnant au client un avantage en réponse à l'achat du client d'une combinaison de plusieurs articles. Le promoteur peut être le fabricant de l'article, un mercaticien de l'article ou un promoteur qui utilise la remise de l'article en tant que partie d'une promotion. Chaque article dans la combinaison de plusieurs articles peut être fabriqué, commercialisé ou promu par différentes entités. Si différents articles de la combinaison sont promus par différents promoteurs, la présente invention répartit le coût des avantages donnés en association avec la promotion parmi

plusieurs promoteurs. Pour chaque avantage fourni en association avec une promotion, la présente invention enregistre les articles achetés qui ont initialisé la remise de l'avantage au client et répartit le coût de l'avantage remis parmi les promoteurs de ces articles selon les ventes réelles. Ceci permet au coût de l'avantage d'être payé par les promoteurs des articles réellement achetés par le client.

Les promotions peuvent exiger qu'un client achète plusieurs articles qui sont produits par le même fabricant ou promus par le même promoteur. Il peut être encore souhaitable, dans ce type de promotion, de déterminer chacun des articles vendus qui ont résulté en la remise d'un avantage associé à une promotion d'articles multiples. C'est pourquoi il peut être souhaitable de suivre avec précision les coûts promotionnels de chaque article ou marque et les ventes accrues de chaque article ou marque qui sont attribuables à la promotion.

Les systèmes actuels de vente au détail ne font pas le suivi des articles qui sont achetés par les clients conjointement avec des promotions d'articles multiples ou cumulent les statistiques de ces ventes d'articles. Cette omission d'associer les avantages de promotions d'articles multiples qui sont proposés aux clients avec les articles achetés qui ont initialisé l'avantage empêche la répartition précise du coût de la promotion aux promoteurs qui vendent réellement des articles à la suite de la promotion. Si l'avantage proposé par la promotion d'articles multiples est un coupon, débiter chaque promoteur lorsque le coupon est émis, par opposition à le débiter lorsque le coupon est remboursé, n'est donc pas une technique de facturation précise. C'est parce que le coupon peut ne pas être remboursé et le coût total du coupon ne peut pas être véritablement endossé par le détaillant, c'est à dire qu'aucune remise ne sera accordée au client si le coupon n'est pas remboursé.

Des promotions d'articles multiples peuvent être offertes aux clients selon plusieurs façons qui affectent la marge de manoeuvre des clients qui reçoivent l'offre promotionnelle. Une promotion d'articles multiples peut être mise à la disposition de tous les clients d'un détaillant particulier sans avoir besoin de présenter une identification personnelle ou un certificat indiquant la promotion.

Une promotion d'articles multiples peut être aussi mise à la disposition de clients individuels qui s'identifient auprès du détaillant par l'intermédiaire d'une méthode prescrite ou qui présentent un certificat, comme un coupon imprimé, lorsqu'ils achètent les articles spécifiés d'un achat qualificatif, afin de bénéficier de la promotion. Un détaillant peut offrir des promotions d'articles multiples à des membres du club de clients fréquents du détaillant (lesquels détaillants en Grande Bretagne parlent de "programme de fidélité"), et ces membres doivent alors présenter leur identification de membre du club de clients fréquents pour pouvoir bénéficier de la promotion. Un détaillant peut offrir des promotions d'articles multiples à des personnes ayant certaines caractéristiques démographiques, comme un lieu de résidence géographique. Un détaillant peut offrir aux résidents d'une certaine zone géographique une promotion d'articles multiples et baser l'identification du client sur le numéro de téléphone ou l'adresse du client, que le détaillant déterminera pour chaque résidence dans la zone géographique voulue, et que le client fournira pendant une transaction d'achat. Les détaillants peuvent aussi offrir des promotions d'articles multiples aux utilisateurs de sites web Internet ou d'autres services Internet sélectionnés. Le détaillant peut proposer aux utilisateurs de services Internet sélectionnés, tels des sites web, un numéro de code pour s'identifier et bénéficier de l'offre. Un numéro de code fourni par l'intermédiaire d'un service Internet peut être donné à l'utilisateur par un document téléchargé que l'utilisateur imprime et qui contient le numéro, éventuellement codé dans un code barres imprimé qui peut être lu par le système de contrôle du détaillant.

Un exemple d'une promotion d'articles multiples faite au moyen d'un coupon imprimé est représenté sur la figure 3. La figure 3 représente un coupon imprimé 301 spécifiant une promotion d'articles multiples qui permet au client présentant le coupon de recevoir une remise si les achats satisfaisant à l'exigence d'achat de la promotion sont contenus dans l'ensemble complet de sélections d'achats présenté par le client pour achat à la caisse. Le coupon 301 contient une spécification des exigences d'achat 302 qui doivent être satisfaites afin de recevoir l'avantage spécifié en détail sur le coupon. L'exigence de combinaisons d'achats 302 représentée en exemple sur ce coupon spécifique

301 définit le sous-ensemble que le client doit acheter devant contenir trois articles quelconques parmi les cinq répertoriés (articles A, B, C, D, et E) dans l'ordre ou en combinaison pour recevoir la remise d'un dollar.

Le coupon 301 a en outre un code barres imprimé 303 qui contient un numéro de coupon codé identifiant la promotion de combinaisons d'achats imprimée sur le coupon. L'impression d'une identification codée de la promotion permet la récupération automatisée des exigences d'achats à plusieurs promoteurs associées à ce coupon lorsque ce coupon est présenté.

Le coupon imprimé 301 peut être soit préimprimé et distribué à des clients potentiels ou le coupon imprimé 301 peut être préparé individuellement pour un client et être adressé aux habitudes d'achat montrées par le client. La distribution de coupons préimprimés peut comprendre le publipostage, la publication dans des périodiques ou la distribution à l'intérieur du magasin du détaillant. Des coupons individuellement préparés peuvent être imprimés sur le lieu de contrôle en réponse à un achat du client ou imprimés et remis au client par l'intermédiaire du publipostage, du courrier électronique ou de la remise en mains propres.

La figure 1 représente un schéma synoptique général d'un système de point de vente (POS) de contrôle de détail mettant en oeuvre une réalisation de la présente invention. Le système représenté sur la figure 1 montre un système de point de vente (POS) 100 comprenant des composants utilisés dans des systèmes POS conventionnels qui déterminent les articles qu'un client achète et déterminent le prix total de l'achat. La détermination des articles que le client achète comprend tout d'abord l'établissement d'une liste, assimilable par machine, de sélections d'achats faites par un client. La génération de cette liste assimilable par machine utilise le scanner 101 pour lire optiquement des données de codes barres apposées ou fixées sur chaque article que le client achète et qui identifie l'article. L'opérateur du système POS fait défiler le code barres imprimé identifiant chaque article devant le scanner 101 et le scanner génère un code exploitable par machine correspondant à l'article et communique ce code au contrôleur POS 102. Le contrôleur POS 102 accumule

les codes générés par le scanner 101 et crée une liste de sélections d'achats faites par ce client et exploitable électroniquement.

Certaines réalisations du système représenté peuvent comprendre la possibilité d'identification du client faisant l'achat par le système POS. Les méthodes utilisées par un système POS pour identifier un client comprennent l'analyse d'une carte d'identification, comme une carte de club de clients fréquents, qui est codée par un code barres imprimé identifiant le client. Des techniques d'identification alternatives comprennent une carte de club de clients fréquents avec une carte à piste magnétique identifiant le client ou déterminant un compte bancaire utilisé par le client. Dans ces réalisations, le contrôleur POS 102 détermine l'identification du client au moyen du dispositif employé par cette réalisation. Des systèmes POS existants utilisent l'identification du client pour suivre les sélections d'achats et pour d'autres objectifs connus des spécialistes dans les techniques applicables.

L'offre personnelle au client d'une promotion de combinaisons d'achats et l'obligation du client de présenter une identification lorsqu'il effectue l'achat spécifié peuvent être utilisées comme alternative pour exiger du client qu'il présente un coupon identifiant une promotion de combinaisons d'achats. Le système POS 100 représenté sur la figure 1 enregistre, en association avec une identification de chaque client, les offres promotionnelles faites à chaque client individuel dans la base de données des offres personnelles 205. Le client est identifié pendant le processus de contrôle au moyen des méthodes décrites dans cette description et les offres associées avec son identification sont récupérées. La notification d'offres faites à des clients individuels peut être donnée à chaque client par publipostage au domicile du client, par communications électroniques comprenant le courrier électronique, ou par une information donnée pendant une transaction d'achat dans laquelle le client achète un article spécifié qui initialise l'offre d'une promotion de combinaisons d'achats au client au point de vente. Le client recevant une offre qui exige uniquement que le client s'identifie peut encore recevoir une information imprimée de la promotion, mais cet avis imprimé n'est pas utilisé par le

détaillant pour rembourser l'offre et le client n'a pas à le présenter lors de l'achat suivant pour que l'offre soit remboursée.

Un autre avantage d'avoir le client devant présenter une identification personnelle en association avec une promotion de combinaisons d'achats est que le plan d'achat, et en particulier un plan de remboursement de promotions de combinaisons d'achats, peut être respecté pour chaque client sur de nombreuses visites commerciales. L'identité du client peut être enregistrée avec les données définissant les articles sélectionnés pour l'achat en association avec une promotion de combinaisons d'achats ou l'identification du client peut être enregistrée en association avec l'ensemble des articles sélectionnés par ce client pour l'achat. Ces données d'historique d'achats cumulées peuvent être utilisées pour adresser d'autres promotions de combinaisons d'achats au client. La détermination et l'analyse de telles données d'un plan de remboursement d'achats et de promotions permettent un ciblage plus efficace de promotions vers des clients individuels ainsi qu'une meilleure évaluation de l'efficacité de la promotion en général. Une méthode et un appareil pour fournir des mesures incitatives d'achat basées sur l'historique d'achat d'un client sont décrits dans le brevet américain n° 5.832.457, le brevet américain n° 5.832.457 et toutes les références afférentes sont incorporées ici à titre d'information.

Une transaction de vente permet au détaillant d'informer le client d'offres promotionnelles qui sont à la disposition de ce client, soit en résultat d'achats qualificatifs, soit en général. Une technique pour informer des clients d'offres promotionnelles qui leur sont destinées est de donner au client des coupons que le client doit conserver et présenter plus tard, qui représentent l'offre pendant le processus de contrôle. Un exemple d'un tel coupon, qui offre une promotion de combinaisons d'achats, est représenté sur la figure 3 et comprend un code barres 303 identifiant uniquement la promotion et supportant la récupération de la définition de la promotion. Une alternative pour donner un coupon au client est d'enregistrer une définition de l'offre promotionnelle en association avec l'identification personnelle du client et en permettant au client de présenter une identification personnelle permettant au

système de vente au détail de récupérer les offres promotionnelles faites à ce client. La réalisation préférée de la présente invention enregistre des offres promotionnelles faites aux clients dans la base de données des offres personnelles 205. Les offres promotionnelles faites à un client qui s'identifie au moment d'un achat sont rappelées dans la base de données des offres personnelles 205 en tant que partie du processus de contrôle.

L'architecture de la réalisation représentée sur la figure 1 est celle d'un système POS complet conçu pour mettre en oeuvre la présente invention. Des réalisations alternatives de la présente invention peuvent être conçues pour accroître les systèmes de points de vente existants normalement installés dans des magasins. Ces réalisations alternatives auront des architectures basées sur l'enseignement de cette spécification, mais leur architecture sera adaptée pour interagir correctement avec le matériel existant. L'adaptation de réalisations de la présente invention pour s'adapter aux systèmes POS existants est évidente aux spécialistes dans les techniques applicables à la lumière des enseignements de cette spécification.

La figure 2 représente les bases de données conservées par le générateur de promotions 104 de la réalisation préférée et qui contiennent des données cumulées et utilisées par la présente invention. Le contenu de ces bases de données est défini ci-dessous. L'illustration sur la figure 2 montre une architecture possible de bases de données, et il est évident que les enseignements de cette invention peuvent être mis en oeuvre avec différentes architectures de bases de données qui peuvent être conçues par des spécialistes dans les techniques applicables).

Au cours du traitement de la réalisation préférée de l'achat d'un client, la liste de sélections d'achats exploitable par procédé électronique générée par le contrôleur POS 102 est communiquée au moniteur de promotions 104 pour aider à déterminer quelles sont les promotions de combinaisons d'achats, si existantes, qui ont été satisfaites par les sélections d'achats du client. Le moniteur de promotions 104 analyse la liste des sélections d'achats afin de déterminer si le client a acheté des combinaisons d'articles qui initialisent un

avantage associé à une promotion de combinaisons d'achats qui ont été mises à la disposition de ce client.

Le moniteur de promotions 104 de la réalisation préférée détermine tout d'abord si le client a acheté des articles qui le qualifient pour une remise cumulée. Des remises cumulées peuvent être proposées à tous les clients ou être proposées à des clients sélectionnés comme décrit ailleurs dans cette description. Une remise cumulée est initialisée par l'achat d'articles qui sont associés à la remise cumulée. Si le client achète une pluralité de tels articles individuels, les remises sont cumulées sur un seul coupon que le client peut échanger lors d'une visite ultérieure au magasin. Le moniteur de promotions comparera la liste des sélections d'achats exploitable par procédé électronique aux exigences d'achat pour des remises cumulées. Le générateur de promotions 104 détermine le type d'avantage associé à l'offre de remises cumulées, par exemple une remise appliquée à l'achat actuel, un coupon pour une remise lors d'une visite ultérieure ou une autre remise à fournir en réponse à la présentation de l'identification du client lors d'une visite ultérieure, et exécute le traitement nécessaire pour mettre en oeuvre cet avantage.

Si un coupon de remises cumulées est à fournir au client, le moniteur de promotions 104 sélectionne un numéro d'identification unique, semblable à un numéro de série de coupon, pour faciliter la récupération des données définissant les achats qui ont généré le coupon lorsque le coupon est échangé ultérieurement. Un exemple de coupon est montré sur la figure 4. Le numéro d'identification unique est codé dans le code barres 403.

Si une promotion de remises cumulées est satisfaite qui a un avantage comprenant une remise future, les données définissant la remise future sont stockées dans la base de données des remises futures 202. Les remises futures peuvent, soit être présentées comme un coupon présenté au client lors de l'achat satisfaisant aux exigences d'achats de la promotion et que le client présente à l'opérateur du système POS lors d'une future visite au magasin, soit la remise future peut être saisie en stockant les données définissant la remise future et en fournissant la remise conjointement avec la présentation de l'identification personnelle du client lors de la prochaine visite au magasin. La

base de données des remises futures 202 stocke des données pour chaque remise future qui peuvent comprendre une partie ou la totalité des informations suivantes : a) identification des articles achetés qui ont initialisé l'offre de la remise future, b) la valeur de l'avantage à fournir lors de l'achat futur, c) un numéro de série de coupon dans le cas d'un coupon, d) une date de péremption de l'offre de la remise future, et e) une identification du client pour supporter l'analyse commerciale des sélections du client au cours de plusieurs visites commerciales. La base de données des remises futures 202 peut aussi stocker, en association avec chaque remise future, le coût de l'avantage qui est à porter au débit du promoteur de chaque article acheté en liaison avec la promotion, comme décrit dans cette description. Le générateur de promotion 104 peut aussi définir les données utilisées pour imprimer un coupon semblable à celui représenté sur la figure 4 et transmettre les données à l'imprimante 103 pour réaliser l'impression du coupon. Si une remise future est à fournir en réponse à l'identification présentée par le client lors d'un achat futur, un avis peut être imprimé pour le client par l'imprimante 103, mais cet avis n'aura pas besoin d'être présenté lors de la visite suivante.

Le moniteur de promotions 104 déterminera ensuite si le client a fait des combinaisons d'achats quelconques qui le qualifient pour un avantage de promotion de combinaisons d'achats. Le générateur de promotions comparera les sélections d'achats à la fois aux promotions générales de combinaisons d'achats, c'est-à-dire les promotions de combinaisons d'achats qui sont à la disposition de tous les clients du détaillant et n'exigent pas la présentation d'un coupon, et les promotions de combinaisons d'achats qui ont été offertes personnellement à ce client spécifique. Les promotions offertes personnellement comprennent les promotions pour lesquelles le client présente un coupon, qui serait semblable à celui représenté sur la figure 3, et la promotion est identifiée par un code barres 303, ou qui ont été enregistrées en association avec l'identification du client et sont à récupérer lorsque le client présente son identification lors d'un achat. Le générateur de promotion récupérera la spécification de toutes les promotions de combinaisons d'achats à la disposition de ce client, et qui sont à la disposition de ce client sur

présentation d'une identification, et comparera les sélections d'achats de ce client aux promotions pour déterminer quels sont les avantages promotionnels à fournir au client. Les offres d'avantages faites aux clients individuels ou associées à des coupons imprimés distribués par n'importe quel moyen sont stockées dans la base de données d'offres personnelles 205. Si le client a présenté un coupon indiquant une offre de promotion de combinaisons d'achats, le moniteur de promotions 104 récupérera les exigences de la promotion associées au code barres sur le coupon. Si le client présente un coupon de combinaison d'achats et que le client n'a pas acheté la combinaison d'articles exigée pour recevoir l'avantage de la promotion, le moniteur de promotions 104 peut signaler au client qu'il n'a pas satisfait aux exigences de la promotion.

Lorsque le contrôleur POS détermine que les exigences de la combinaison d'achats d'une promotion de combinaisons d'achats sont satisfaites, le contrôleur POS enregistre les informations concernant les achats qui ont satisfait à la condition d'achat de la promotion de combinaisons d'achats conjointement avec une identification de la promotion de combinaisons d'achats. Le moniteur de promotions 104 de la réalisation préférée enregistre les articles qui ont été achetés en association avec chaque promotion et le montant de l'avantage qui est à porter au débit du promoteur de chaque promotion. Les données enregistrées sont décrites ci-dessous et sont représentées sur la figure 5. Si l'avantage fourni par la promotion est une remise appliquée à l'achat satisfaisant aux exigences de la promotion, ces données sont directement stockées dans la base de données des remboursements 201. Si l'avantage est un coupon pour une remise ou un autre avantage à appliquer lors d'une visite ultérieure chez le détaillant, ces données sont stockées dans la base de données des remises futures 202.

Les coupons délivrés par la réalisation préférée qui sont des avantages associés à une promotion de combinaisons d'achats sont identifiés par un code barres à numéro de série unique. Le moniteur de promotions 104 stocke dans la base de données des remises futures 202 le numéro de série unique du coupon en association avec les articles achetés qui ont satisfait aux exigences

d'achat des conditions de promotion de combinaisons d'achats. Lorsque le coupon est remboursé, l'opérateur POS lit le coupon avec le scanner 101 pour permettre au scanner 101 et au contrôleur POS 102 de déterminer le numéro de série unique imprimé sur le coupon. Le numéro de série du coupon est alors fourni au moniteur de promotions 104 et est utilisé pour récupérer les données stockées dans la base de données des remises futures 202 associées à ce numéro de série du coupon. Les données dans la base de données des remises futures 202 sont définies ci-dessous et décrivent les articles achetés qui ont été réellement achetés et qui ont initialisé la délivrance de ce coupon. La base de données des remises futures contient aussi des informations concernant le montant de la remise fournie par le coupon remboursé qui est réparti au promoteur de chaque article. Le moniteur de promotions 104 enregistre alors les promoteurs supportant les coûts du coupon d'avantage remboursé, c'est-à-dire les promoteurs des articles achetés qui ont donné lieu à la production de ce coupon, et le coût réparti à mettre au débit de chaque promoteur, dans la base de données des remboursements 201.

Les données stockées dans la base de données des remises futures 202 sont représentées sur la figure 5. Chaque rangée sur la figure 5 représente une promotion de combinaisons d'achats qui a résulté en la fourniture au client d'une remise sur un futur achat. La colonne "Ident. promo" contient un champ de données qui indique la promotion qui a été satisfaite. Les trois entrées montrent deux entrées pour la promotion "X" et une pour la promotion "Y". Les données stockées dans la base de données des remises futures 202 décrivant une remise future associée à une remise cumulée ou à une promotion de combinaisons d'achats sont les mêmes. Le champ "N° de coupon" indique le numéro de coupon qui est imprimé sur un coupon donné au client ayant satisfait à la promotion. Si un coupon est effectivement imprimé, ce numéro est codé dans un code barres qui est imprimé sur le coupon. Si la remise future est fournie sur la base de l'identification du client, le numéro du coupon est encore enregistré afin d'identifier la remise et faciliter le traitement ultérieur des données.

La colonne "Ident. client" contient un numéro d'identification identifiant le client auprès du détaillant. Ce numéro d'identification de client peut être un numéro de membre de club de clients fréquents, ou une autre identification utilisée par le détaillant particulier. Les données représentées sur la figure 5 n'ont pas d'identification client enregistrée pour la deuxième entrée, celle correspondant au numéro de coupon 4334. Ceci indique qu'aucune identification n'a été présentée par ce client. Les clients utilisant la réalisation préférée qui ne présentent pas d'identification recevront un coupon imprimé pour la remise future. La colonne "Valeur totale" indique la valeur de la remise à appliquer lors de la prochaine visite.

La figure 5 montre en outre qu'une date de péremption de la remise future, dans la colonne repérée "Date de pér.", est enregistrée en association avec chaque remise future. La remise future ne sera plus valable après cette date et le moniteur de promotions peut supprimer l'enregistrement de la base de données après la date de péremption. La base de données des remises futures stocke en outre une indication de chaque article acheté qui satisfait à la promotion de combinaisons d'achats. Ces données sont représentées sur la figure 5 dans la colonne marquée "Art. ach.". Le coût de la promotion associé à chaque article acheté est porté au débit du promoteur de chaque article acheté. La première entrée montre les articles X, Y et Z achetés par le client. Le promoteur de chacun de ces trois articles est à débiter de \$0,25 lorsque et si la remise future est fournie au client. Le total de ces débits est de \$0,75, qui se répartit entre \$0,70 fourni au client en tant que remise et \$0,05 de frais de gestion associés au programme. Le moniteur de promotions 104 est programmé pour répartir ces coûts parmi les promoteurs pour chaque article vendu selon la ventilation des prix convenue par les promoteurs. Les promoteurs d'une promotion particulière peuvent convenir d'attribuer les frais en parts égales, comme montré sur la figure 5, ou en parts inégales, auquel cas le générateur de promotions est programmé pour affecter différents coûts aux différents promoteurs pour chaque article vendu.

Le contenu de la base de données des remboursements 201 est montré sur la figure 6. Les données dans la base de données des remboursements sont

entrées lorsque les remises ou autres avantages sont fournis aux clients. Les promotions qui fournissent une remise lors de l'achat satisfaisant à la promotion entreront des données dans la base de données des remboursements lors de la transaction de cet achat. Les remises qui sont fournies par l'intermédiaire d'une remise future auront leurs données entrées dans la base de données des remboursements 201 lorsque la remise future sera appliquée, ce qui nécessitera la récupération des données dans la base de données des remises futures 202.

La figure 6 montre les données contenues dans la base de données des remboursements 201, qui sont un sous-ensemble des données stockées dans la base de données des remises futures 202. Les colonnes sur la figure 6 ont les mêmes définitions que celles décrites pour la base de données des remises futures 2020 décrite à la figure 5.

Des réalisations alternatives de la présente invention peuvent ne pas stocker des coûts répartis pour chaque promoteur dans la base de données des remboursements 201 et la base de données des remises futures 202, comme représenté dans la colonne marquée "Coût de la promotion". Ces réalisations stockeront les autres données représentées sur les figures 5 et 6, mais seul le nombre d'articles vendus conjointement avec une promotion sera enregistré, et non les marques ou articles individuels qui ont été vendus. Ces réalisations sont limitées à la division du coût de la promotion en parts égales entre les promoteurs proportionnellement au nombre d'articles qui sont vendus conjointement avec la promotion, c'est-à-dire proportionnellement au nombre d'entrées pour chaque article associé à chaque promotion stockée dans la base de données des remboursements 201.

Les données stockées dans la base de données des remises futures 202 et la base de données des remboursements 201 peuvent être ultérieurement analysées pour déterminer des statistiques liées au commerce et déterminer l'efficacité de la promotion. Ces bases de données peuvent être analysées pour déterminer les statistiques comprenant les sélections d'achats que les clients ont faites qui ont satisfait à la promotion de combinaisons d'achats. Ces bases de données peuvent être aussi analysées pour déterminer le succès d'une

promotion de combinaisons d'achats particulière en incitant des clients à acheter des articles sans rapport qui ont fait partie de la promotion en regroupant des statistiques concernant les combinaisons d'achats d'articles sans rapport faites conjointement avec une promotion particulière. Les statistiques regroupées à partir de ventes liées à la promotion peuvent alors être comparées à d'autres statistiques concernant l'achat d'articles sans rapport dans le même achat par d'autres clients à qui une promotion n'a pas été offerte. Les ventes d'articles vendus en tant que partie de la promotion peuvent être mesurées séparément des ventes d'autres articles qui ne font pas partie de la même promotion. Le contenu de la base de données des remises futures 203 peut être aussi analysé pour déterminer les statistiques concernant les remises futures (coupons ou remises à la disposition des clients individuels basés sur l'identification du client) qui n'ont pas été remboursées aux clients et les promotions qui ont eu des taux de remboursement élevés.

La réalisation préférée stockera aussi une liste de tous les articles achetés par un client dans la base de données des historiques d'achats 203. Des réalisations qui identifient le client incluront également l'identification du client avec la liste de tous les articles achetés. L'identification de promotions de combinaisons d'achats satisfaites ou les remises futures fournies en tant qu'avantage de promotions de combinaisons d'achats et qui ont été remboursées dans l'achat actuel sera aussi stockée dans la base de données des historiques d'achats 203. Le cumul de tous les achats et des remises futures remboursées dans la base de données des historiques d'achats permettra l'analyse du comportement d'achat du client pour supporter la détermination des statistiques commerciales et l'évaluation de l'efficacité de la promotion. Des exemples de statistiques commerciales comprennent la détermination de tendances comprenant d'autres achats faits par des clients qui ont satisfait à des promotions d'une combinaison d'achats particulière. D'autres statistiques commerciales qui peuvent être dérivées par analyse des achats d'un client comprennent l'identification du nombre de clients qui ont changé leur comportement a) en changeant les marques qu'ils achetaient, b) en achetant un produit d'une catégorie qu'il n'avait pas acheté auparavant, c)

2000/0711

19

en achetant plusieurs types de produits de la même marque, et d) en augmentant l'importance de la fréquence d'achat.

REVENDECATIONS

1. Méthode mise en oeuvre par ordinateur, comprenant les étapes consistant à :

déterminer si un lot d'articles acheté par un client satisfait à une exigence de combinaisons d'achats, dans lequel l'exigence de combinaisons d'achats nécessite l'achat d'un lot d'articles comprenant un premier article promu par un premier promoteur et un deuxième article promu par un deuxième promoteur; en déterminant si ledit lot d'articles acheté satisfait à ladite exigence d'achat, fournir audit client un avantage associé à ladite exigence de combinaisons d'achats;

et

débiter ledit premier promoteur d'un premier montant et débiter ledit deuxième promoteur d'un deuxième montant en réponse à un remboursement dudit avantage.

2. Méthode selon la revendication 1, dans laquelle ledit avantage est une remise appliquée à l'achat actuel.

3. Méthode selon la revendication 1, dans laquelle ledit premier montant et ledit deuxième montant sont des montants préalablement convenus par ledit premier promoteur et ledit deuxième promoteur.

4. Méthode selon la revendication 1, dans laquelle ladite exigence de combinaisons d'achats comprend une description d'une pluralité d'articles à partir desquels un sous-ensemble défini d'articles doit être acheté.

5. Méthode selon la revendication 1, dans laquelle ledit avantage est de ne pas être débité pour un article contenu dans ledit lot d'articles acheté.

6. Méthode selon la revendication 1, dans laquelle ledit avantage est un coupon et ledit remboursement comprend la présentation dudit coupon lors d'une prochaine visite au magasin.

7. Méthode selon la revendication 1, comprenant en outre les étapes consistant à :

enregistrer une description dudit lot d'articles acheté dans une base de données d'historiques d'achats; et

analyser le contenu de ladite base de données d'historiques d'achats afin de déterminer des statistiques commerciales.

8. Méthode selon la revendication 7, dans laquelle ladite étape d'enregistrement comprend en outre l'enregistrement d'une identification de ladite exigence de combinaisons d'achats en association avec ladite description dudit lot d'articles acheté.

9. Méthode selon la revendication 7, dans laquelle ladite étape d'enregistrement comprend en outre l'enregistrement d'une identification dudit client en association avec ladite description dudit lot d'articles acheté.

10. Méthode selon la revendication 9, comprenant en outre l'étape d'analyse de données contenues dans ladite base de données d'articles achetés stockée en association avec ladite identification dudit client afin de déterminer les modèles d'achat présentés par ledit client.

11. Méthode selon la revendication 1, dans laquelle l'exigence de combinaisons d'achats est à la disposition de tous les clients.

12. Méthode selon la revendication 1, dans laquelle l'exigence de combinaisons d'achats est à la disposition de clients sélectionnés.

13. Méthode selon la revendication 12, dans laquelle lesdits clients sélectionnés sont identifiés en présentant un coupon imprimé.

14. Méthode selon la revendication 13, dans laquelle ledit coupon imprimé comprend l'identification d'un code barres et ladite exigence de combinaisons d'achats est associée audit code barres.

15. Méthode selon la revendication 12, dans laquelle ledit client est déterminé être un desdits clients sélectionnés par identification personnelle.

16. Méthode selon la revendication 15, dans laquelle lesdits clients sélectionnés sont choisis en tant que membre dans un club de clients fréquents.

17. Méthode selon la revendication 15, dans laquelle lesdits clients sélectionnés sont choisis par caractéristiques sociodémographiques.

18. Méthode selon la revendication 15, dans laquelle lesdits clients sélectionnés sont choisis en raison de leur utilisation d'un service Internet.

19. Méthode selon la revendication 15, dans laquelle lesdits clients sélectionnés sont choisis sur la base de leur historique d'achat observé.

20. Méthode mise en oeuvre par ordinateur, comprenant les étapes consistant à :

déterminer si un ou plusieurs articles qualificatifs sont contenus dans un lot d'articles acheté par un client, dans laquelle ledit ou lesdits articles qualificatifs qualifient pour une remise cumulée et comprennent en outre un premier article promu par un premier promoteur et un deuxième article promu par un deuxième promoteur;

en déterminant si ledit lot d'articles acheté par ledit client contient ledit ou lesdits articles qualitatifs, fournir audit client un jeton de remise future pour un avantage associé à ladite promotion de remise cumulée;
rembourser ledit jeton de remise future lors d'une visite ultérieure au magasin;
et
débitier ledit premier promoteur d'un premier montant et débitier ledit deuxième promoteur d'un deuxième montant en réponse à un remboursement dudit avantage.

21. Méthode selon la revendication 20, dans laquelle ledit premier montant et ledit deuxième montant sont des montants précédemment convenus par ledit premier promoteur et ledit deuxième promoteur.

22. Méthode selon la revendication 20, comprenant en outre les étapes consistant à :

associer une identification unique audit jeton de remise future;
enregistrer une description dudit premier article et ledit deuxième article en association avec ladite identification unique;
et dans laquelle ladite étape de remboursement comprend en outre la détermination de ladite identification unique et ladite étape de débit est exécutée conjointement avec la récupération de ladite description dudit premier article et dudit deuxième article.

23. Méthode selon la revendication 20, dans laquelle ledit jeton de remise future est un coupon imprimé et ladite identification unique est un numéro d'identification unique codé sur ledit coupon imprimé comme un code barres.

24. Méthode selon la revendication 20, dans laquelle ledit jeton de remise future comprend un enregistrement stocké en association avec une première identification dudit client et ladite étape de remboursement comprend la détermination d'une deuxième identification lors dudit achat suivant et

l'application de ladite remise spécifiée si ladite deuxième identification est la même que ladite première identification.

25. Méthode selon la revendication 20, dans laquelle une description dudit premier article et dudit deuxième article est stockée dans une base de données des non remboursements si ledit jeton de remise future n'est pas remboursé et ladite base de données des non remboursement est analysée pour déterminer les statistiques commerciales et l'efficacité de la promotion.

26. Méthode selon la revendication 20, dans laquelle ladite étape de remboursement comprend en outre l'étape de stockage d'une description dudit premier article et dudit deuxième article dans une base de données des remboursements.

27. Méthode selon la revendication 26, dans laquelle ladite base de données des remboursements est analysée pour déterminer les statistiques commerciales et l'efficacité de la promotion.

28. Système comprenant :

un moyen pour déterminer si un lot d'articles acheté par un client satisfait à une exigence de combinaisons d'achats, dans lequel ladite exigence de combinaisons d'achats nécessite l'achat d'un lot d'articles comprenant un premier article promu par un premier promoteur et un deuxième article promu par un deuxième promoteur;

un moyen pour fournir audit client, en déterminant si ledit lot d'articles acheté satisfait à ladite exigence d'achat, un avantage associé à ladite exigence de combinaisons d'achats;

et

un moyen pour débiter ledit premier promoteur d'un premier montant et débiter ledit deuxième promoteur d'un deuxième montant en réponse à un remboursement dudit avantage.

29. Système selon la revendication 28, dans lequel ledit avantage est une remise appliquée à l'achat actuel.

30. Système selon la revendication 28, dans lequel ledit premier montant et ledit deuxième montant sont des montants précédemment convenus par ledit premier promoteur et ledit deuxième promoteur.

31. Système selon la revendication 28, dans lequel ladite exigence de combinaisons d'achats comprend une description d'une pluralité d'articles à partir desquels un sous-ensemble défini d'articles doit être acheté.

32. Système selon la revendication 28, dans lequel ledit avantage est de ne pas être débité pour un article contenu dans ledit lot d'articles acheté.

33. Système selon la revendication 28, dans lequel ledit avantage est un coupon et ledit remboursement comprend la présentation dudit coupon lors d'une prochaine visite au magasin.

34. Système selon la revendication 28, comprenant en outre :
un moyen pour enregistrer une description dudit lot d'articles acheté dans une base de données d'historiques d'achats; et
un moyen pour analyser le contenu de ladite base de données d'historiques d'achats afin de déterminer des statistiques commerciales.

35. Système selon la revendication 34, dans lequel ledit moyen d'enregistrement comprend en outre un moyen pour enregistrer une identification de ladite exigence de combinaisons d'achats en association avec ladite description dudit lot d'articles acheté.

36. Système selon la revendication 34, dans lequel ledit moyen d'enregistrement comprend en outre un moyen pour enregistrer une

identification dudit client en association avec ladite description dudit lot d'articles acheté.

37. Système selon la revendication 36, comprenant en outre un moyen pour analyser des données contenues dans ladite base de données d'articles achetés stockée en association avec ladite identification dudit client afin de déterminer les modèles d'achat présentés par ledit client.

38. Système selon la revendication 28, dans lequel ladite exigence de combinaisons d'achats est à la disposition de tous les clients.

39. Système selon la revendication 28, dans lequel ladite exigence de combinaisons d'achats est à la disposition de clients sélectionnés.

40. Système selon la revendication 39, dans lequel lesdits clients sélectionnés sont identifiés en présentant un coupon imprimé.

41. Système selon la revendication 40, dans lequel ledit coupon imprimé comprend l'identification d'un code barres et ladite exigence de combinaisons d'achats est associée audit code barres.

42. Système selon la revendication 39, dans lequel ledit client est déterminé être un desdits clients sélectionnés par identification personnelle.

43. Système selon la revendication 42, dans lequel lesdits clients sélectionnés sont choisis en tant que membre dans un club de clients fréquents.

44. Système selon la revendication 42, dans lequel lesdits clients sélectionnés sont choisis par caractéristiques sociodémographiques.

45. Système selon la revendication 42, dans lequel lesdits clients sélectionnés sont choisis en raison de leur utilisation d'un service Internet.

46. Système selon la revendication 42, dans lequel lesdits clients sélectionnés sont choisis sur la base de leur historique d'achat observé.

47. Système comprenant :

un moyen pour déterminer si un ou plusieurs articles qualificatifs sont contenus dans un lot d'articles acheté par un client, dans lequel ledit un ou lesdits plusieurs articles qualificatifs qualifient pour une remise cumulée et comprennent en outre un premier article promu par un premier promoteur et un deuxième article promu par un deuxième promoteur;

un moyen pour fournir audit client, en déterminant si ledit lot d'articles acheté par ledit client contient ledit un ou lesdits plusieurs articles qualificatifs, un jeton de remise future pour un avantage associé à ladite promotion de remise cumulée;

et

un moyen pour rembourser ledit jeton de remise future lors d'une visite ultérieure au magasin;

et

un moyen pour débiter ledit premier promoteur d'un premier montant et débiter ledit deuxième promoteur d'un deuxième montant en réponse à un remboursement dudit avantage.

48. Système selon la revendication 47, dans lequel ledit premier montant et ledit deuxième montant sont des montants préalablement convenus par ledit premier promoteur et ledit deuxième promoteur.

49. Système selon la revendication 47, comprenant en outre :

un moyen pour associer une identification unique audit jeton de remise future;

un moyen pour enregistrer une description dudit premier article et dudit deuxième article en association avec ladite identification unique;

et dans lequel ledit moyen de remboursement comprend en outre un moyen pour déterminer ladite identification unique et ledit moyen pour débiter

fonctionne conjointement avec le moyen pour récupérer ladite description dudit premier article et dudit deuxième article.

50. Système selon la revendication 47, dans lequel ledit jeton de remise future est un coupon imprimé et ladite identification unique est un numéro d'identification unique codé sur ledit coupon imprimé comme un code barres.

51. Système selon la revendication 47, dans lequel ledit jeton de remise future comprend un enregistrement enregistré en association avec une première identification dudit client et ledit moyen de remboursement comprend un moyen pour déterminer une deuxième identification lors dudit achat suivant et un moyen pour appliquer ladite remise spécifiée si ladite deuxième identification est la même que ladite première identification.

52. Système selon la revendication 47 dans lequel une description dudit premier article et dudit deuxième article est stockée dans une base de données des non remboursements si ledit jeton de remise future n'est pas remboursé et ladite base de données des non remboursement est analysée pour déterminer les statistiques commerciales et l'efficacité de la promotion.

53. Système selon la revendication 47, dans lequel ledit moyen de remboursement comprend en outre un moyen pour stocker une description dudit premier article et dudit deuxième article dans une base de données des remboursements.

54. Système selon la revendication 34, dans lequel ladite base de données des remboursements est analysée pour déterminer les statistiques commerciales et l'efficacité de la promotion.

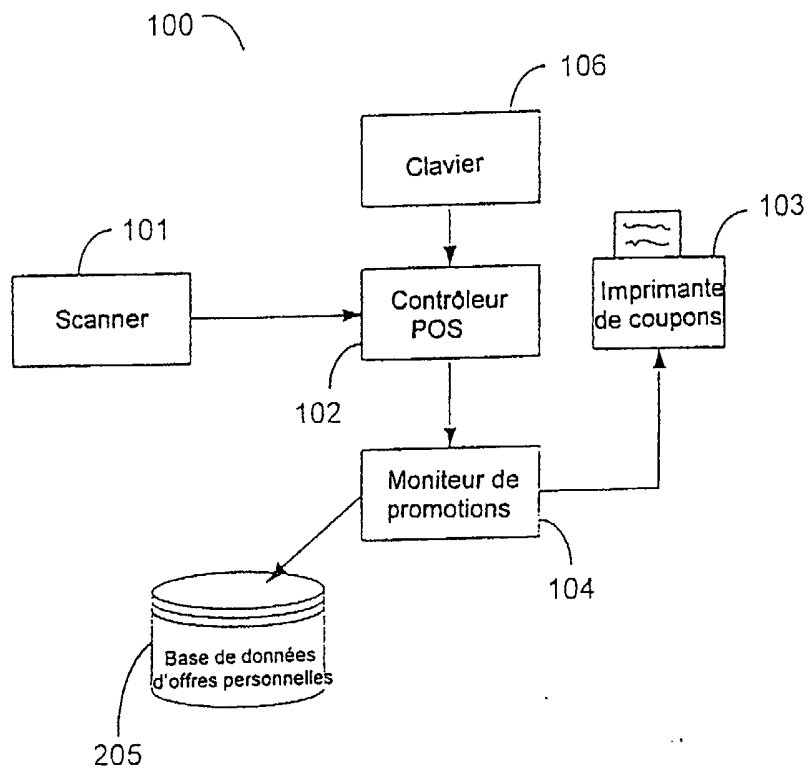


Fig. 1

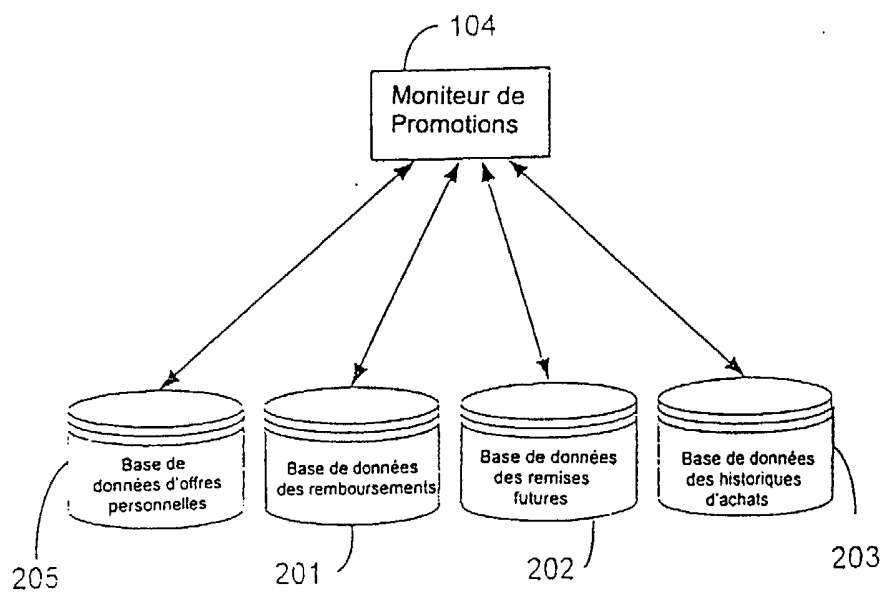


Fig. 2

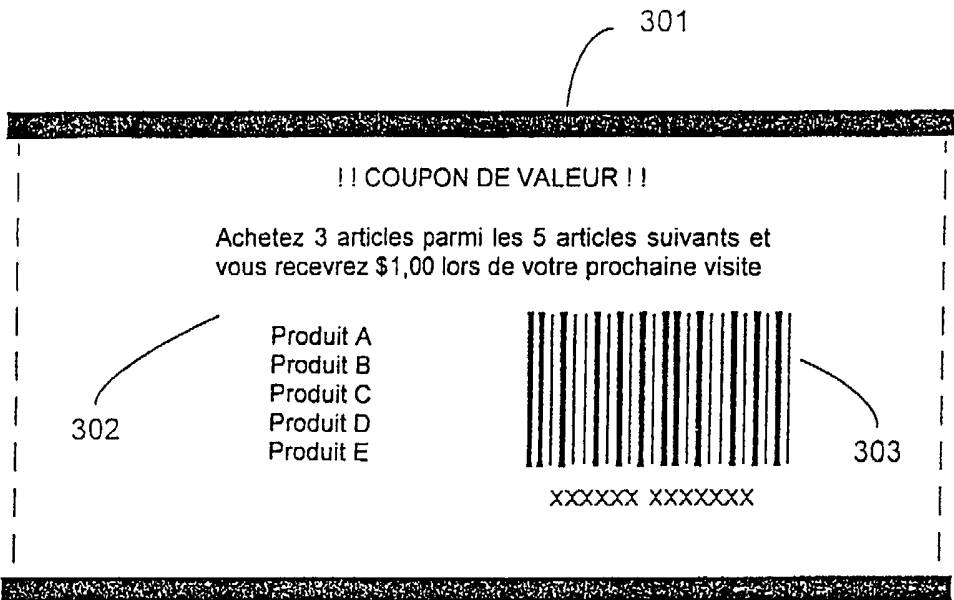


Fig. 3

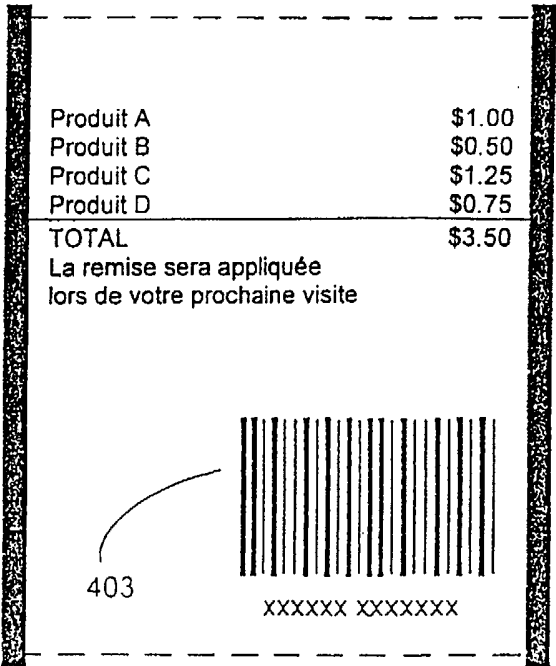


Fig. 4

2000/0711

31

Ident. de la promotion	N° des coupons	Ident. des clients	Valeur totale	Date de péremption	Achat d'articles	Coût de la promotion
X	4333	8734	\$0,70	3/3/1999	Article X Article Y Article Z	\$0,25 \$0,25 \$0,25
Y	4334		\$0,90	3/1/1999	Article A Article B	\$0,75 \$0,25
Z	4335	6533	\$0,70	3/5/1999	Article W Article Y Article Z	\$0,25 \$0,25 \$0,25

FIG. 5

Ident. de la promotion	Valeur totale	Ident. des clients	Achat d'articles	Coût de la promotion
X	\$0,70	1323	Article X Article Y Article Z	\$0,25 \$0,25 \$0,25
Y	\$0,45		Article F Article G	\$0,35 \$0,15
Z	\$0,70	6533	Article W Article Y Article Z	\$0,25 \$0,25 \$0,25

FIG. 6

Méthode et système automatisés pour le suivi, le chargement et l'analyse automatisés de coupons de remise de promoteurs multiples.

Méthode et système pour gérer le fonctionnement de promotions d'articles multiples qui fournissent un avantage à un client qui achète une combinaison spécifiée d'articles. La présente invention contrôle les achats conjointement avec le traitement au point de vente (POS) dans un magasin de détail et détermine si les promotions de combinaisons d'achats sont satisfaites par les sélections d'achats d'un client. La présente invention enregistre une description des articles achetés conjointement avec la promotion, enregistre le coût de la promotion à porter au débit de chaque promoteur pour chaque avantage ou remise fournis, et effectue le suivi du remboursement futur de coupons ou d'équivalents électroniques qui ont été délivrés conjointement avec une promotion de combinaisons d'achats.

Figure 2