



(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 115380302 A

(43) 申请公布日 2022. 11. 22

(21) 申请号 202180027604.3

(22) 申请日 2021.03.02

(30) 优先权数据

10-2020-0044047 2020.04.10 KR

(85) PCT国际申请进入国家阶段日

2022.10.10

(86) PCT国际申请的申请数据

PCT/KR2021/002568 2021.03.02

(87) PCT国际申请的公布数据

WO2021/206293 KO 2021.10.14

(71) 申请人 郑想燮

地址 韩国京畿道

(72) 发明人 郑想燮

(74) 专利代理机构 北京鸿元知识产权代理有限公司 11327

专利代理师 姜虎 陈英俊

(51) Int.Cl.

G06Q 30/02 (2006.01)

G06Q 30/06 (2006.01)

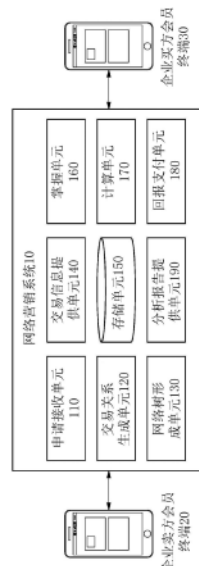
权利要求书2页 说明书8页 附图6页

(54) 发明名称

基于ICT的企业间网络营销系统及其驱动方法

(57) 摘要

本发明涉及用于执行基于B2B的会员招募和销售的一种基于ICT的企业间网络营销系统及其驱动方法,基于ICT的企业间网络营销系统包括:申请接收单元,从参与产品宣传和销售的企业卖方会员的终端接收网络营销参与申请;交易关系生成单元,当从想要与参与宣传和销售的企业卖方会员进行交易的企业买方会员的终端接收到采购申请时,生成参与宣传和销售的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系;以及网络树形成单元,通过采用所述交易关系生成单元生成的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系来形成网络树,从而能够提供基于企业会员之间的网络营销来实现用户招募和交易量最大化的基于ICT的企业间网络营销系统及其驱动方法。



1. 一种基于ICT的企业间网络营销系统,其特征在于,包括:

申请接收单元,从参与产品宣传和销售的企业卖方会员的终端接收网络营销参与申请;

交易关系生成单元,当从想要与参与宣传和销售的企业卖方会员进行交易的企业买方会员的终端接收到采购申请时,生成参与宣传和销售的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系;以及

网络树形成单元,通过采用所述交易关系生成单元生成的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系来形成网络树。

2. 根据权利要求1所述的基于ICT的企业间网络营销系统,其特征在于,还包括:

交易信息提供单元,根据来自想要进行交易的所述企业买方会员的终端的交易信息申请并基于所形成的所述网络树,提供与企业买方会员的直接交易关系件数和间接交易关系件数信息。

3. 根据权利要求1所述的基于ICT的企业间网络营销系统,其特征在于,还包括:

掌握单元,基于所形成的所述网络树掌握与想要进行交易的所述企业买方会员具有交易关系的会员数量和交易金额;

计算单元,基于掌握的所述交易金额计算出预期支付积分;以及

回报支付单元,向所述企业买方会员支付计算出的所述预期支付积分作为回报。

4. 根据权利要求3所述的基于ICT的企业间网络营销系统,其特征在于,

支付给所述企业买方会员作为回报的积分能够使用于产品采购成本结算、休闲和旅游服务、买车/租车、保险/金融产品服务等中的至少一种上。

5. 根据权利要求3所述的基于ICT的企业间网络营销系统,其特征在于,还包括:

分析报告提供单元,以区域为单位收集参与产品宣传和销售的企业卖方会员的交易明细大数据,并且向企业买方会员终端提供通过定量分析所收集的大数据而制作的分析报告。

6. 一种基于ICT的企业间网络营销系统的驱动方法,其特征在于,包括如下步骤:

由申请接收单元从参与产品宣传和销售的企业卖方会员的终端接收网络营销参与申请;

当从想要与参与宣传和销售的企业卖方会员进行交易的企业买方会员的终端接收到采购申请时,由交易关系生成单元生成参与宣传和销售的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系;以及

由网络树形成单元通过采用在所述企业卖方会员与企业买方会员之间生成的交易关系来形成网络树。

7. 根据权利要求6所述的基于ICT的企业间网络营销系统的驱动方法,其特征在于,还包括如下步骤:

由交易信息提供单元根据来自想要进行交易的企业买方会员的终端的交易信息申请,并基于所形成的所述网络树,提供与想要进行交易的企业买方会员的终端的直接交易关系件数和间接交易关系件数信息。

8. 根据权利要求6所述的基于ICT的企业间网络营销系统的驱动方法,其特征在于,还包括如下步骤:

由掌握单元基于所形成的所述网络树掌握与企业买方会员具有交易关系的会员数量和交易金额；

由计算单元基于所掌握的所述交易金额计算出预期支付积分；以及

由回报支付单元向所述企业买方会员支付所计算出的所述预期支付积分作为回报。

9. 根据权利要求8所述的基于ICT的企业间网络营销系统的驱动方法,其特征在于,支付给所述企业买方会员作为回报的积分能够使用于产品采购成本结算、休闲和旅游服务、买车/租车、保险/金融产品服务中的至少一种上。

10. 根据权利要求8所述的基于ICT的企业间网络营销系统的驱动方法,其特征在于,还包括如下步骤:

由分析报告提供单元以区域为单位收集参与产品宣传和销售的企业卖方会员的交易明细大数据,并且向企业买方会员终端提供通过定量分析所收集的大数据来制作的分析报告。

## 基于ICT的企业间网络营销系统及其驱动方法

### 技术领域

[0001] 本发明涉及一种基于互联网的网络营销运营方法和系统,更具体地,涉及用于执行基于B2B的会员招募和销售的一种基于ICT的企业间网络营销系统及其驱动方法。

### 背景技术

[0002] 互联网上的企业间交易(B2B:business to business)通常由想要在互联网上进行企业间交易的公司开设互联网站,并且由想要与该公司进行企业间交易的公司的员工访问所述互联网站来进行企业间交易。

[0003] 然而,现有的所谓社区的全部功能仅仅是使得以相同目的参与社区的会员能够彼此共享信息等,并且在现有的B2B网站,还需要仅仅为了各自企业的交易而开设直接交易网站。

[0004] 然而,企业间交易中具有招标代理佣金过高的局限性。

[0005] 传统的网络营销方法包括俗称金字塔、多层次、钻石银行系统、多层次营销等的网络营销方法,这些营销方法的共同点在于,这种体系需要由个人招募个人,并且由于会从注册顺序在后的会员的销售额或收入中提供预定积分给注册顺序在前的上线,因此是通过招募更多自己的下线合作伙伴(即,注册顺序在后的会员)来增加销售额的系统。在此类的网络营销中,一部分选择日用品作为网络营销产品并返还通过销售而产生的利润,或者分配在一次性地购买高额产品后产生的利润,然而在这一过程中,注册顺序在后的会员经常因为购买比市场价格更贵的产品且没有任何回报而赔钱。

[0006] 此外,即便在选择日用品作为网络营销产品而不会使任何会员亏本的系统,也需要为了达到目标等级而消耗大量的时间并作出努力,而且,还具有即便倾注大量的时间和精力,能够达到各自期待的等级的会员通常也不到总人数的1%的问题。

[0007] 这是因为,在传统的网络营销系统中,会员采购的采购额即为销售额,并且要从中返回利润,然而进行个人消费的会员由于销售额低而没有收入,或者即使有,也微不足道,由于个人消费的销售额被计入上线会员的销售额并产生利润,因此这种体系对于极少数非常努力或者在先注册的会员有利,并且具有下线会员只能满足于使用自己所购产品的问题。

[0008] 此外,现有的集团采购组织(Group Purchasing Organization,GPO)对于小型批发商、制药公司和医疗器械公司的可及性差。另一方面,可能由于特定公司和关联方参与GPO股权而引起公平性问题。

[0009] 现有技术文献

[0010] (专利文献1)KR10-0533844B1

[0011] (专利文献2)KR10-2014-0091329A

### 发明内容

[0012] 技术问题

[0013] 本发明基于上述技术背景而提出,目的在于提供一种能够通过企业会员之间的网络营销实现用户招募和交易量最大化的基于ICT的企业间网络营销系统及其驱动方法。

[0014] 并且,本发明旨在给每个企业提供一种不受特定企业的支配和控制的独立且公平的服务平台。

[0015] 此外,本发明旨在提供一种基于ICT的企业间网络营销系统及其驱动方法,其可以收集企业间的交易相关的大数据,对收集到的数据进行定量分析,并且通过将分析结果利用到分析报告的制作和交易预测,可以为在卖方企业与买方企业之间的形成健康的商业交易文化而作出贡献。

[0016] 技术方案

[0017] 为了解决上述问题,本发明包括以下技术特征。

[0018] 即,根据本发明的一个实施例的基于ICT的企业间网络营销系统,包括:申请接收单元,从参与产品宣传和销售的企业卖方会员的终端接收网络营销参与申请;交易关系生成单元,当从想要与参与宣传和销售的企业卖方会员进行交易的企业买方会员的终端接收到采购申请时,生成参与宣传和销售的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系;以及网络树形成单元,通过采用所述交易关系生成单元生成的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系来形成网络树。

[0019] 另一方面,基于ICT的企业间网络营销系统的驱动方法,包括如下步骤:由申请接收单元从参与产品宣传和销售的企业卖方会员的终端接收网络营销参与申请;当从想要与参与宣传和销售的企业卖方会员进行交易的企业买方会员的终端接收到采购申请时,由交易关系生成单元生成参与宣传和销售的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系;以及由网络树形成单元通过采用在所述企业卖方会员与企业买方会员之间生成的交易关系来形成网络树。

[0020] 有益效果

[0021] 本发明提供一种基于ICT的企业间网络营销系统及其驱动方法,具有能够通过企业会员之间的网络营销来实现用户招募和交易量最大化的效果。

[0022] 并且,可以给每个企业提供一种不受特定企业的支配和控制的独立且公平的服务平台。

[0023] 此外,通过收集企业间的交易相关的大数据,对收集到的数据进行定量分析,并将收集到的数据利用到分析报告的制作和交易预测,可以为在卖方企业与买方企业之间的形成健康的商业交易文化而作出贡献。

## 附图说明

[0024] 图1是示出根据本发明的一个实施例的基于ICT的企业间网络营销系统的结构的框图。

[0025] 图2至图4是用于描述在根据一个实施例的网络营销系统中生成的网络树以及相应的收益结构的示例图。

[0026] 图5是用于描述根据本发明的一个实施例的交易信息提供单元所提供的信息的示例图。

[0027] 图6是示出根据本发明的一个实施例的基于ICT的企业间网络营销系统的驱动方

法的流程图。

### 具体实施方式

[0028] 需要注意的是,本发明中使用的技术术语仅用于描述具体实施例,并不旨在限定本发明。此外,除非在本发明中定义为特定的其它含义,否则本发明所使用的技术术语应当按照在本发明所属领域的技术人员普遍理解的含义进行解释,并且不应以过于全面的意义或过于狭隘的意义来解释。

[0029] 在下文中,将参照附图详细描述根据本发明的优选实施例。

[0030] 图1是示出根据本发明的一个实施例的基于ICT的企业间网络营销系统的结构的框图。

[0031] 根据一个实施例的基于ICT的企业间网络营销系统10包括能够以新型运营方式为从事于各种领域的企业提供代购服务的服务平台。

[0032] 在一个实施例中,网络营销系统10可以应用于包装材料行业的企业间交易,或者可以应用于食品材料行业的企业间交易、美容行业的企业间交易或眼镜行业的企业间交易。然而,本发明不限于此。

[0033] 任何财务稳健且具有企业道德的主体均可以加入网络营销系统10以宣传和销售各自公司的产品。并且,可以不受特定公司的控制且独立和公平地参与到交易中。不仅如此,可以提供用户群能够直接选择和购买而无需招标代理的服务平台。

[0034] 根据一个实施例的网络营销系统10可以应用于采购量和交易金额大的特定领域的企业间(B2B)交易。通过将网络营销适用到企业间交易,可以提供企业采购产品相关回报(Reward),并且提供能够以多种方式运营回报机制的服务平台。尤其,能够为非营利机构和医疗领域等的多领域企业提供可以创造额外收益的收益结构。

[0035] 具体地,如图1所示,根据一个实施例的网络营销系统10包括申请接收单元110、交易关系生成单元120、网络树形成单元130、交易信息提供单元140、存储单元150、掌握单元160、计算单元170、回报支付单元180和分析报告提供单元190。

[0036] 申请接收单元110从想要参与产品宣传和销售的企业卖方会员所持有的企业卖方会员终端20接收网络营销参与申请。在一个实施例中,企业卖方会员被解释为包括根据其他企业的需求提供和销售货物的例如制药公司或医疗器械销售公司等企业。

[0037] 申请接收单元110可以通过安装在企业卖方会员终端20上的专用应用程序接收参与产品宣传和销售的申请。

[0038] 根据本发明的另一个方面,作为一个示例,网络营销系统10还可以执行经过自检对符合资格标准的企业卖方会员的批准程序。对于批发商,通过专用应用程序提供用于建立批发商管理体系的提问项目,例如仓储仓库面积是否符合许可标准、仓库是否可以委托运营等。

[0039] 或者,网络营销系统10可以通过安装在企业卖方会员终端20上的专用应用程序上传可以确认企业卖方会员是否具备基本的财务稳健性和道德规范的各种资料,这些资料包括可以证明是否符合当地政府监管的韩国良好生产规范(KGSP)标准的资料,可以确认财务状况的资料以及与现有的签约公司之间的货款结算明细相关资料等。

[0040] 此外,还可以实现为,根据通过专用应用程序上传的资料判断该企业是否适合参

与产品宣传和销售,并且在满足预定条件时允许参与。在这种情况下,可以通过应用各种标准来判断公司是否适合参与产品宣传和销售。

[0041] 根据本发明的一个实施例的网络营销系统10的特征在于,当作为企业卖方会员参与时,可以直接获得企业买方会员群的选择并完成交易而无需经过投标过程。即,提供一种新型服务平台,当满足预定条件时,可以直接获得企业买方会员的选择并在没有外部势力或权力的介入或支配的情况下完成企业间的直接交易。

[0042] 由此,现有的小型批发商、制药公司和医疗器械公司可以克服对于医疗机构等有需求的企业可及性差以及招标代理佣金过高的局限性。

[0043] 当从想要与参与宣传和销售的企业卖方会员进行交易的其它企业买方会员所持有的企业买方会员终端30接收到采购申请时,交易关系生成单元120在参与宣传和销售的企业卖方会员与企业买方会员之间生成交易关系。

[0044] 在这种情况下,生成交易关系被解释为,包括提供包含预定单价清单的合同,并经过企业卖方会员与企业买方会员之间的协商过程而完成签约的一系列过程。

[0045] 签约过程可以包括在企业卖方会员与企业买方会员之间创建电子合同并接收双方的电子签名的过程。此时,可以以图片形式接收签约所需的营业执照等所需文件。此外,电子合同还包括基于交易合同的产品交付数量、交货时间和付款相关信息。

[0046] 网络树形成单元130通过采用由交易关系生成单元120生成的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系来形成网络树。

[0047] 图2至图4是用于描述在根据一个实施例的网络营销系统中生成的网络树以及相应的收益结构的示例图。

[0048] 网络树形成单元130可以形成如图2所示的基于会员A的网络树。在此,与会员A有直接交易关系的会员可以是Aa、Ab、Ac和Ad这4个会员。此外,有直接交易关系的会员Aa、Ab、Ac和Ad以外的其他会员可以称为间接交易关系会员。

[0049] 掌握单元160基于由网络树形成单元130形成的网络树来掌握与想要进行交易的企业买方会员存在交易关系的会员数量和交易金额。

[0050] 并且,计算单元170基于由掌握单元160掌握的交易金额来计算出预期支付积分。

[0051] 具体地,如图3和图4所示,计算单元170通过对每个交易金额区间适用不同的积分支付率来计算出预期支付积分。

[0052] 参考图3的有关消耗品交易的积分计算可知,首先,计算单元170基于会员A掌握连接到网络树的会员总数和每个会员的平均交易金额。

[0053] 另外,利用根据会员数 $\times$ 平均交易金额所计算出的会员A(Line)的交易金额,掌握相应交易金额区间的积分支付率。

[0054] 计算单元170应用基于会员A的整个网络树来计算总积分,在此,可以获得减去支付给与会员A有直接连接关系的会员Aa、Ab、Ac和Ad的积分后剩余的积分。

[0055] 即,在图3中,基于与会员A连接的共计341名会员计算出总积分:11,935,000,从中减去支付给会员Aa、Ab、Ac和Ad的积分:9,350,000后,会员A可以获得剩余的积分:2,585,000。由此,可以通过网络营销提供创造无限的额外收入的机会。

[0056] 另外,回报支付单元180将计算单元170计算出的预期支付积分支付给企业买方会员作为回报。

[0057] 其特征在于,在这种情况下,回报支付单元180所支付的积分可以使用到根据一个实施例的网络营销系统10所提供的服务平台上的产品采购成本结算、休闲和旅游服务、买车/租车、保险/金融产品服务等中的至少一种。然而,本发明不限于此,并且被解释为包括各种类型的回报形式。

[0058] 图5是用于描述根据本发明的一个实施例的交易信息提供单元所提供的信息的示例图。

[0059] 根据本发明的一方面,交易信息提供单元140响应于参与宣传和销售的企业买方会员的终端30的交易信息申请,基于由网络树形成单元130形成的网络树提供与参与宣传和销售的企业卖方会员的直接交易关系件数和间接交易关系件数信息。

[0060] 在一个实施例中,当访问并登录网络营销系统10提供的服务平台的专用网页或者运行专用应用程序时,交易信息提供单元140可以提供如图3所示的信息。

[0061] 具体地,提供该企业买方会员在网络树上被授予的等级信息、企业买方会员所持有的总积分信息、直接连接企业和间接连接企业数量、以及直接连接企业和间接连接企业相比上月增加的数量信息。

[0062] 并且,提供直接连接企业列表以及最新更新的积分可在何处使用的信息。此外,进一步提供利用根据一个实施例的网络营销系统10所提供的服务平台的购买历史信息。此外,可以提供关于符合积分支付条件的交易的采购总金额信息。

[0063] 根据本发明的又一方面,分析报告提供单元190以区域为单位收集参与产品宣传和销售的企业卖方会员的交易明细的大数据(Big data),并向企业买方会员终端30提供通过定量分析所收集的大数据来撰写的分析报告。

[0064] 存储单元150存储参与产品宣传和销售的企业卖方会员的交易明细信息。此外,存储企业买方会员利用根据一个实施例的网络营销系统10进行的采购交易明细信息。

[0065] 分析报告提供单元190能够以区域为单位提取和收集存储在存储单元150的参与产品宣传和销售的企业卖方会员的交易明细大数据(Big data)。

[0066] 作为一个示例,在医疗保健领域,通过收集和定量分析全国和各个地区的各个专科医院(包括韩医院)的交易大数据(Big data)来撰写分析报告。

[0067] 另外,网络营销系统10向企业买方会员终端提供由分析报告提供单元撰写的分析报告,从而提供企业买方终端可应用到交易预测的信息。由此,企业买方会员可以在形成交易关系之前提供对想要参与宣传和销售的企业卖方会员的客观分析信息,因此企业买方会员可以基于分析信息来决定是否要形成交易关系。

[0068] 即,根据一个实施例,通过在形成交易关系之前提供基于现有交易明细的客观和准确的信息,可以为形成卖方企业与买方企业之间的健康的商务交易文化而作出贡献。

[0069] 图6是示出根据本发明的一个实施例的基于ICT的企业间网络营销系统的驱动方法的流程图。

[0070] 申请接收单元从参与产品宣传和销售的企业卖方会员的终端接收网络营销参与申请(S300)。

[0071] 在一个实施例中,参与产品宣传和销售的企业卖方会员被解释为包括根据其他企业的需求提供和销售供应货物的例如制药公司或医疗器械销售公司等企业。

[0072] 在这种情况下,可以通过安装在企业卖方会员终端的专用应用程序来接收参与产

品宣传和销售的申请。

[0073] 根据本发明的另一个方面,作为一个示例,网络营销系统的驱动方法还可以对经过自检的符合资格标准的企业卖方会员执行批准程序。对于批发商,通过专用应用程序提供用于建立批发商管理体系的提问项目,例如仓储仓库面积是否符合许可标准、仓库是否可以委托运营等。

[0074] 或者,网络营销系统的驱动方法可以通过安装在企业卖方会员终端上的专用应用程序上传可以确认企业卖方会员是否具备基本的财务稳健性和道德规范的各种资料,这些资料包括可以证明是否符合当地政府监管的韩国良好生产规范(KGSP)标准的资料、可以确认财务状态的资料以及与现有的签约公司之间的货款结算明细相关资料。

[0075] 此外,还可以实现为,根据通过专用应用程序上传的资料判断该企业是否适合参与产品宣传和销售,并且在满足预定条件时允许参与。

[0076] 根据本发明的一个实施例的网络营销系统的驱动方法的特征在于,当作为企业卖方会员参与时,可以直接获得企业买方会员群的选择并完成交易而无需经过投标过程。即,可以提供一种新型服务平台,当满足预定条件时,可以直接获得企业买方会员的选择并在没有外部势力或权力的介入或支配的情况下完成企业间的直接交易。

[0077] 由此,现有的小型批发商、制药公司和医疗器械公司可以克服对于医疗机构等有需求的企业的可及性差以及招标代理佣金过高的局限性。

[0078] 另外,当从想要与参与宣传和销售的企业卖方会员进行交易的企业买方会员的终端接收到采购申请时(S310),交易关系生成单元生成参与宣传和销售的企业卖方会员与企业买方会员之间的交易关系(S320)。

[0079] 在这种情况下,生成交易关系被解释为,包括提供包含预定单价清单的合同,并经过企业卖方会员与企业买方会员之间的协商过程而完成签约的一系列过程。

[0080] 签约过程可以包括在企业卖方会员与企业买方会员之间创建电子合同并接收双方的电子签名的过程。此时,可以以图片形式接收签约所需的营业执照等所需文件。此外,电子合同还包括基于交易合同的产品交付数量、交货时间和付款相关信息。

[0081] 并且,网络树形成单元通过采用在企业卖方会员与企业买方会员之间生成的交易关系来形成网络树(S330)。

[0082] 网络树形成单元可以形成如图2所示的基于会员A的网络树。在此,与会员A有直接交易关系的会员可以是Aa、Ab、Ac和Ad这4个会员。此外,有直接交易关系的会员Aa、Ab、Ac和Ad以外的其他会员可以称为间接交易关系会员。

[0083] 此后,响应于想要进行交易的企业买方会员的终端发来的交易信息申请(S340),基于网络树形成单元形成的网络树,交易信息提供单元提供与想要进行交易的企业买方会员的终端的直接交易关系件数和间接交易关系件数的信息(S350)。

[0084] 在一个实施例中,在访问并登录网络营销系统提供的服务平台的专用网页时,或者在运行专用应用程序时,交易信息提供单元可以提供如图5所示的交易信息。

[0085] 具体地,提供该企业买方会员在网络树上被授予的等级信息、企业买方会员所持有的总积分信息、直接连接企业和间接连接企业的数量、以及直接连接企业和间接连接企业相比上月增加的数量信息。

[0086] 并且,提供直接连接企业列表以及最新更新的积分可在何处使用的信息。此外,进

一步提供根据一个实施例的利用网络营销系统所提供的服务平台的购买历史信息。此外，可以提供关于符合积分支付条件的交易的采购总金额信息。

[0087] 在本发明的一个方面，掌握单元基于由网络树形成单元形成的网络树，掌握与企业买方会员具有交易关系的会员数量和交易金额 (S360)。

[0088] 另外，计算单元基于由掌握单元识别的交易金额计算预期支付积分 (S370)。

[0089] 具体地，如图3和图4所示，计算单元通过对每个交易金额区间适用不同的积分支付率来计算出要支付的预期积分。

[0090] 参考图3的有关消耗品交易的积分计算可知，首先，计算单元基于会员A掌握连接到网络树的会员总数和每个会员的平均交易金额。

[0091] 另外，利用根据会员数 $\times$ 平均交易金额所计算出的会员A (Line) 的交易金额，掌握相应交易金额区间的积分支付率。

[0092] 计算单元应用基于A会员的整个网络树来计算总积分，在此，可以获得减去支付给与会员A有直接连接关系的会员Aa、Ab、Ac和Ad的积分后剩余的积分。

[0093] 作为示例，在图3中，以与会员A连接的共计341名会员为基准计算出总积分：11,935,000，从中减去支付给会员Aa、Ab、Ac和Ad的积分：9,350,000后，会员A可以获得剩余的积分：2,585,000。由此，可以通过网络营销提供创造无限的额外收入的机会。

[0094] 此后，回报支付单元将计算单元计算出的预期支付积分支付给企业买方会员作为回报 (S380)。

[0095] 在这种情况下，支付给企业买方会员作为回报的积分可以使用到根据一个实施例的网络营销系统10所提供的服务平台上的产品采购成本结算、休闲和旅游服务、买车/租车、保险/金融产品服务等中的至少一种。然而，本发明不限于此，并且可以被解释为包括各种类型的回报形式。

[0096] 此后，分析报告提供单元以区域为单位收集参与产品宣传和销售的企业卖方会员的交易明细大数据 (Big data)，并向企业买方会员终端提供通过定量分析所收集的大数据来制作的分析报告 (S390)。

[0097] 根据网络营销系统的驱动方法，通过向企业买方会员终端提供由分析报告提供单元撰写的分析报告，可以提供企业买方终端可应用到交易预测的信息。由此，企业买方会员可以在形成交易关系之前提供对想要参与宣传和销售的企业卖方会员的客观分析信息，因此企业买方会员可以基于分析信息来决定是否要形成交易关系。

[0098] 即，根据一个实施例，通过在形成交易关系之前提供基于现有交易明细的客观和准确的信息，可以为形成卖方企业与买方企业之间的健康的商务交易文化而作出贡献。

[0099] 上述方法可以通过应用程序实现，或者可以通过可由各种计算机组件执行的程序指令形式实现并记录在计算机可读记录介质中。所述计算机可读记录介质可以单独包括或组合地包括程序指令、数据文件和数据结构等。

[0100] 记录在所述计算机可读记录介质上的程序指令是专为本发明设计和配置且计算机软件领域的技术人员公知的可用的程序指令。

[0101] 计算机可读记录介质包括例如硬盘、软盘、磁带等磁介质；CD-ROM、DVD等光记录介质；软盘 (floptical disk) 等磁光介质 (magneto-optical media)；以及ROM、RAM、闪存等专门配置以存储和执行程序指令的硬件设备。

[0102] 作为程序指令的示例,不仅包括诸如由编译器生成的机器语言代码,还包括使用解释器等的可以通过计算机来执行的高级语言代码。为了执行根据本发明的处理,所述硬件设备可以被配置为通过一个或多个软件模块运行,反之亦然。

[0103] 尽管在上文中参考实施例进行了描述,但是本领域技术人员应当理解,在不脱离权利要求书中记载的本发明的精神和范围的情况下,可以对本发明做出各种修改和改变。

[0104] 附图标记:

[0105] 10:网络营销系统                      20:企业卖方会员终端

[0106] 30:企业买方会员终端              110:申请接收单元

[0107] 120:交易关系生成单元              130:网络树形成单元

[0108] 140:交易信息提供单元              150:存储单元

[0109] 160:掌握单元                        170:计算单元

[0110] 180:回报支付单元。

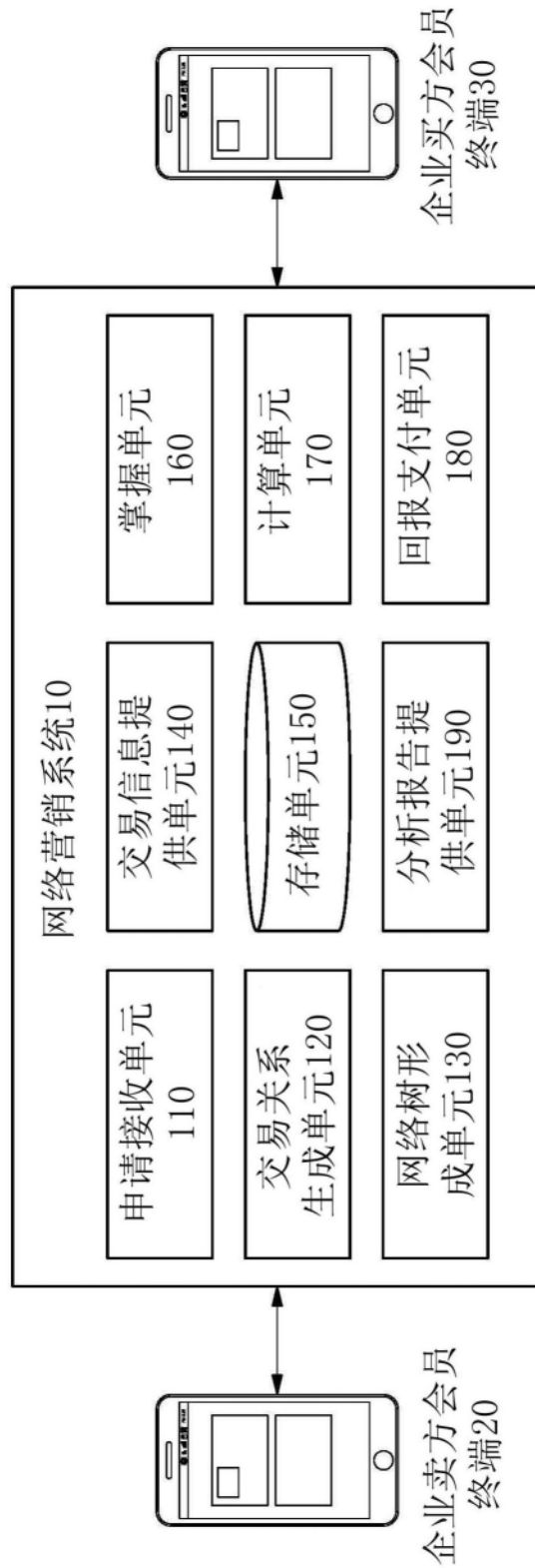


图1

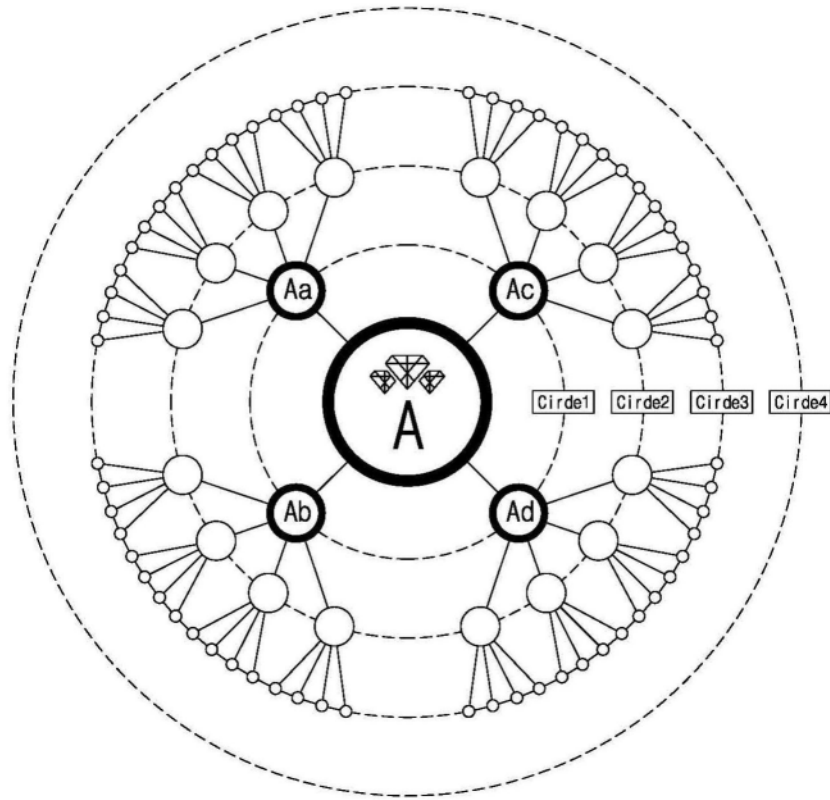


图2

消耗品(不包括AVT)		
各交易金额区间的积分支付率(%)		
每月交易金额(Me&My Line) 基础回报每月250万韩元以下 2%		
251万韩元	~	500万韩元 2.5%
501万韩元	~	800万韩元 3.0%
801万韩元	~	1200万韩元 3.5%
1201万韩元	~	1600万韩元 4.0%
1601万韩元	~	2000万韩元 4.5%
2001万韩元	~	3000万韩元 5.0%
3001万韩元	~	5000万韩元 5.5%
5001万韩元	~	7000万韩元 6.0%
7001万韩元	~	1亿韩元 6.5%
1亿1万韩元	~	3亿韩元 7.0%
3亿1万韩元	~	5亿韩元 7.5%
5亿韩元以上		8.0%
以会员A为基准计算每月可支付积分		
ALineNetwork		
会员总数		341名
各会员的平均交易金额		50万韩元
每月可支付积分		2,585,000
连接会员总数=341名 $(500,000 \times 341 \times 7\%) = 11,935,000$ $-(500,000 \times 85 \times 5.5\% \times 4) = 9,350,000$ $\therefore 11,935,000 - 9,350,000 = 2,585,000$		

图3

消耗品(不包括AVT)	
各交易金额区间的积分支付率(%)	
每月交易金额(Me&My Line) 基础回报每月1500万韩元以下 15%	
1501万韩元 ~ 3000万韩元	15.5%
3001万韩元 ~ 6000万韩元	16.0%
6001万韩元 ~ 1亿韩元	16.5%
1亿1万韩元 ~ 2亿韩元	17.0%
2亿1万韩元 ~ 3亿韩元	17.5%
3亿1万韩元 ~ 5亿韩元	18.0%
5亿1万韩元 ~ 7亿韩元	18.5%
7亿1万韩元 ~ 10亿韩元	19.0%
10亿1万韩元 ~ 20亿韩元	19.5%
20亿韩元以上	20.0%
以会员A为基准计算每月可支付积分	
ALineNetwork	
会员总数	341名
各会员的平均交易金额	300万韩元
每月可支付积分	20,985,000
连接会员总数=341名 $(3,000,000 \times 341 \times 19.5\%) = 199,485,000$ $-(3,000,000 \times 85 \times 17.5\% \times 4) = 178,500,000$ $\therefore 199,485,000 = 20,985,000$	

图4

### 会员资料



**三钻会员**  
**同心内科**  
现有积分  
共计35,000,000点

间接连接企业	直接连接企业	间接连接企业增加数量 (与上月相比)	间接连接企业增加数量 (与上月相比)
<b>336</b>	<b>4</b>	<b>+15</b>	<b>+1</b>

#### 直接连接企业列表

序号	序号	连接企业名称	连接确定日期	备注
0001	PLIM_0012	***内科	2020.09.21	
0001	PLDENT_0023	***牙科	2020.10.04	
0001	PLSEN1_0056	***疗养院	2020.11.15	
0001	PLENT_0014	***耳鼻喉科	2020.12.08	
0001	PLORI_0036	***内科	2021.01.03	

本月更新的可使用积分的营业场所韩亚旅行社, 江原道白金CC

#### 平台采购历史

2020.10.01-2022.11.31 打印excel表格

序号	采购日期	采购商品名称	规格	单价 (韩元)	数量	总金额
0001	2020.10.25	国际注射用头孢西酮钠 1g/10V	10V	59,040	20	1,180,800
0002	2020.10.25	国际Odenoron注射液 40mg/10V	10V	59,040	40	280,000
0003	2020.10.25	绿十字Hyper-Tet 注射剂/10V (冷藏)	10V	59,040	10	1,196,000
0004	2020.10.25	Newpharm甘草酸苷 注射剂 10/50A	50A	59,040	10	910,000
0005	2020.10.25	Newpharm胞质体 注射剂:500IU/10V	10V	59,040	30	1,200,000
0006	2020.10.25	Newpharm维生素D 注射剂 1/5A	5A	59,040	15	450,000
0007	2020.10.25	Newpharm三磷酸腺苷 二钠注射液2*10A	10V	59,040	15	622,500
0008	2020.10.25	Newpharm毛喉酚注射剂 4*10A	10V	59,040	23	517,500
0009	2020.10.25	大德Tiropa注射剂 /50A	50A	59,040	51	1,030,200
0010	2020.10.25	韩国无菌生理盐水 /500ml (袋)	500ml	59,040	100	130,000
0011	2020.10.25	韩国无菌生理盐水 /100ml (PP)	100ml	59,040	100	111,000
0012	2020.10.25	韩国无菌生理盐水 /100ml (袋) /NS	100ml	59,040	100	111,000
0013	2020.10.25	韩国无菌生理盐水 /100ml (瓶)	100ml	59,040	100	111,000
0014	2020.10.25	韩国抗平滑肌注射液 2ml*50A	50A	59,040	30	288,500

1
2
3
4
5
6
7
8
▶
⏪

图5

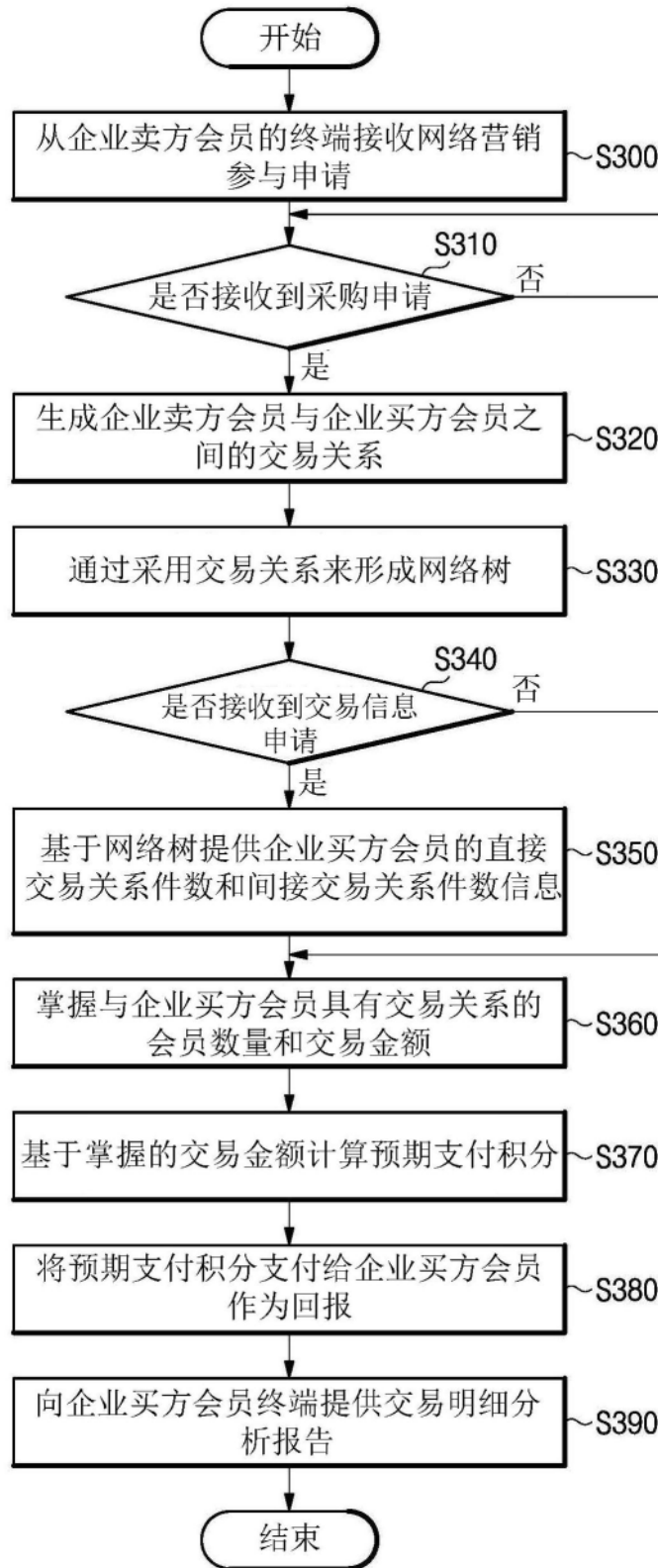


图6