



MINISTERE DES AFFAIRES ECONOMIQUES

NUMERO DE PUBLICATION : 1013774A3

NUMERO DE DEPOT : 2000/0178

Classif. Internat. : G06F

Date de délivrance le : 06 Août 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 Mars 2000 à 10H40 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 20 ans, sous réserve du paiement des taxes annuelles, pour : PROCÉDE, SYSTÈME ET SUPPORT EXPLOITABLE PAR ORDINATEUR POUR FOURNIR DES MESURES INCITATIVES D'ACHATS DANS UNE PLURALITE DE RAYONS D'UN MAGASIN DE DETAIL.

PRIORITE(S) 12.10.99 US USA 415065

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

PETIT M.
Conseiller adjoint

Bruxelles, le 06 Août 2002
PAR DELEGATION SPECIALE :
PETIT M.
Conseiller adjoint

**PROCEDE, SYSTEME ET SUPPORT EXPLOITABLE PAR ORDINATEUR
POUR FOURNIR DES MESURES INCITATIVES D'ACHAT DANS UNE
PLURALITE DE RAYONS D'UN MAGASIN DE DETAIL.**

REFERENCES AUX APPLICATIONS CONNEXES

La présente invention est liée aux brevets américains n° 4.732.212, 4.910.672, 5.173.851, et 5.612.868, aux demandes de brevet américain de n° de série 08/663.680 et 08/622.685, à la demande de brevet américain ayant le n° de registre des mandats 7791-0050-25, n° de série 09/225.449, déposée le 6 janvier 1999, à la demande de brevet américain ayant le n° de registre des mandats 7791-0058-25, n° de série 09/323.538, déposée le 1 juin 1999, à la demande de brevet américain ayant le n° de registre des mandats 7791-0068-25, n° de série 09/317.110, déposée le 24 mai 1999, tous étant incorporés ici à titre de référence.

HISTORIQUE DE L'INVENTION

Domaine de l'invention

Cette invention concerne généralement des systèmes informatiques interconnectés et, plus particulièrement, des systèmes informatiques employés pour interconnecter une pluralité de rayons de magasin de détail pour être utilisés dans la distribution de promotions et/ou de mesures incitatives d'achat.

Historique

L'offre de mesures incitatives d'achat pour encourager les gens à acheter des produits ou à fréquenter des commerces particuliers a été longtemps une méthode de commercialisation de produits couronnée de succès. Les mesures incitatives d'achat telles qu'utilisées ici comprennent des offres proposées aux

gens au moyen desquelles la personne recevra un avantage si elle achète un produit particulier ou si elle utilise un service particulier. La mesure incitative la plus courante est une remise sur l'achat d'un produit ou d'un service spécifié. Certaines mesures incitatives d'achat nécessitent que la personne recevant l'offre présente un certificat donnant au porteur le droit à l'obtention d'un avantage. Le certificat le plus souvent utilisé est un coupon en papier qu'un client peut présenter à un caissier afin de recevoir une remise sur l'achat d'un produit ou d'un service spécifié.

Des mesures incitatives d'achat sont couramment offertes à des personnes qui fournissent l'avantage à chacun lorsque la personne effectue un achat de qualification prédéterminé, et présentent une forme d'identification personnelle. Ces mesures incitatives d'achat sont souvent dénommées mesures incitatives électroniques parce qu'elles sont normalement mises en oeuvre avec un système de traitement électronique qui n'exige pas l'impression d'un coupon pour prouver que le client satisfait aux conditions requises pour bénéficier de la mesure incitative. Certaines de ces mesures incitatives sont couramment offertes par des unités automatisées basées en kiosque qui permettent au client de présenter une identification et de sélectionner des mesures incitatives. Le client présente alors la même identification lors de l'achat d'un produit, et si les conditions de la mesure incitative offerte au kiosque au client sont satisfaites, il reçoit automatiquement l'avantage associé à la mesure incitative conjointement avec la procédure de règlement de l'achat des produits. Une autre forme de mesures incitatives d'achat utilisant l'identification des clients est les programmes de points de récompense d'acheteur par lesquels le client gagne des points basés sur des achats, ces points pouvant être collectés dans le temps et puis être échangés contre des articles. Bien que les programmes de points de récompense d'acheteur puissent être considérés comme rien d'autre que des timbres-primés électroniques, ils sont en faveur chez les détaillants et sont de plus en plus utilisés.

Des systèmes électroniques de mesures incitatives ont été mis en oeuvre pour des clients fréquentant un même magasin ou une chaîne spécifique de magasins appartenant à la même société. Ces systèmes exigent que l'acheteur

présente une identification, comme des cartes de client fréquent délivrées par la société possédant le magasin et contenant l'identification du client dans un format spécifié par la société, lesquelles identifications sont uniquement reconnues par les magasins de détail de cette société.

RESUME DE L'INVENTION

Un objectif de la présente invention est de proposer un procédé, un système et un support exploitable par ordinateur nouveaux pour fournir des mesures incitatives électroniques directement à une pluralité de systèmes de points de vente (POS) situés dans une pluralité de magasins de détail.

Un autre objectif de cette invention est de proposer un procédé, un système et un support exploitable par ordinateur nouveaux pour fournir des mesures incitatives électroniques directement à une pluralité de systèmes POS à partir d'une pluralité de systèmes extérieur aux magasins de détail.

Un autre objectif de cette invention est de proposer un procédé, un système et un support exploitable par ordinateur nouveaux pour permettre aux simples particuliers d'accepter des offres pour une mesure incitative électronique à partir d'un système centralisé qui permet alors aux particuliers de bénéficier de l'avantage de la mesure incitative directement par l'intermédiaire de systèmes POS situés dans une pluralité de magasins de détail.

Un autre objectif de cette invention est de proposer un procédé, un système et un support exploitable par ordinateur nouveaux pour permettre d'offrir des mesures incitatives directement au public qui peut alors bénéficier de l'avantage de la mesure incitative aux systèmes POS situés dans un magasin de détail.

Les objectifs ci-dessus et autres objectifs sont atteints selon la présente invention en fournissant un système, un procédé et un support exploitable par ordinateur nouveaux et améliorés pour stocker des mesures incitatives d'achat dans un système de mesures incitatives centralisé raccordé à un réseau de télécommunications qui est en outre directement raccordé à une pluralité de systèmes POS. Les systèmes POS peuvent être situés à des caisses à l'intérieur d'un magasin de détail conventionnel. Le système POS peut aussi faire partie d'une installation de détail utilisant Internet, tel un site World Wide Web d'un détaillant. Le système de mesures incitatives centralisé stocke des mesures

incitatives d'achat individualisées associées à chaque client ou à une classe de clients y ayant droit. Lorsqu'un client fait un achat à un poste POS associé à un terminal POS dans un parmi plusieurs systèmes POS, l'identification de ce client est transmise du système POS au système de mesures incitatives centralisé. Les systèmes POS situés dans des magasins de détail sans liaison entre eux peuvent être autorisés à transmettre les identifications de clients au système de mesures incitatives centralisé. En se basant sur l'identification du client qu'il reçoit, le système de mesures incitatives centralisé définit quelles sont les mesures incitatives auxquelles le client a droit. Le système de mesures incitatives centralisé exécute le traitement pour déterminer si le client est qualifié pour des mesures incitatives auxquelles le client a droit. En outre, les informations d'achats reçues par le système de mesures incitatives centralisé contiennent une adresse indiquant la provenance des informations, ce qui permet au système de mesures incitatives centralisé de renvoyer les informations vers le système POS d'origine et, finalement, au terminal POS de la caisse où un client fait un achat impliquant les informations d'achat.

Le système de mesures incitatives centralisé peut transmettre au système POS, en association avec l'identification du client, une description des mesures incitatives auxquelles le client a droit afin de permettre au système POS de déterminer si le client est qualifié pour bénéficier de l'avantage de la mesure incitative (par exemple, en ayant effectué des achats de qualification). En alternative, le système de mesures incitatives centralisé peut recevoir, en association avec l'identification du client, une description des achats des systèmes POS et déterminer alors à la fois si le client a droit à une mesure incitative et si le client est qualifié pour bénéficier de l'avantage de la mesure incitative (par exemple, en ayant effectué des achats de qualification).

Les systèmes POS qui déterminent si des avantages incitatifs sont à donner au client transmettent en outre au système de mesures incitatives centralisé des descriptions d'avantages incitatifs offerts aux clients. Cette communication permet au système de mesures incitatives centralisé de prendre en compte l'avantage en transférant des fonds d'un compte du promoteur de la mesure incitative sur un compte du fournisseur de l'avantage, afin de

dédommager le fournisseur et débiteur le promoteur du montant de l'avantage accordé au client.

Le système de mesures incitatives centralisé transfère identiquement des fonds pour des avantages déterminés par le système de mesures incitatives centralisé. Le transfert de fonds peut être mis en oeuvre en débitant automatiquement et instantanément le compte du promoteur de la mesure incitative et en créditant le compte du détaillant du montant de la mesure incitative donnée au client.

DESCRIPTION SUCCINCTE DES DESSINS

Une appréciation plus complète de l'invention et un grand nombre des avantages associés seront aisément obtenus et mieux compris à la lecture des descriptions détaillées qui suivent et en référence aux dessins connexes, dans lesquels :

la figure 1 est un schéma général d'un système pour distribuer des mesures incitatives d'achat à une pluralité de magasins de détail;

la figure 2 est un organigramme général d'une méthode pour distribuer des mesures incitatives d'achat à une pluralité de magasins de détail dans le système de la figure 1; et

la figure 3 est un organigramme général d'une méthode pour distribuer des mesures incitatives d'achat, suivre des achats et appliquer des remises à partir d'un système centralisé comme représenté sur la figure 1.

DESCRIPTION DES REALISATIONS PREFEREES

La réalisation préférée de la présente invention comprend un système à réseau informatique qui délivre des mesures incitatives électroniques à des clients. Elle comprend des connexions à des systèmes POS de grands magasins à succursales multiples qui ont chacun au moins un terminal POS conventionnel ou un site Internet permettant des transactions financières électroniques. Le système de la présente invention stocke dans une base de données associée une identification d'un client et les conditions préalables pour que le client puisse bénéficier de l'avantage associé à la mesure incitative. En d'autres termes, la base de données stocke la spécification d'achat, laquelle comprend les produits ou services qui doivent être achetés en association avec l'identification du client

comme condition préalable pour accorder à l'acheteur l'avantage associé à la mesure incitative, l'identification du client, et l'avantage. En outre, la base de données peut stocker, et la spécification d'achat comprendre aussi, le compte du promoteur à débiter et le compte du détaillant à créditer, ainsi que les montants du débit et du crédit.

Une mesure incitative électronique peut être automatiquement stockée en association avec l'identification du client sans le consentement du client dès que la mesure incitative est offerte au client. Aucun acte d'acceptation de la part du client n'est nécessaire avant la qualification. Le client peut accepter l'offre en achetant le produit ou le service identifié dans la spécification comme condition préalable pour bénéficier de l'offre. Toutefois, des réalisations de la présente invention exigent que le client réponde à une question ou à une autre communication, en indiquant dans sa réponse le souhait d'accepter l'offre de mesure incitative, afin que la mesure incitative électronique soit associée à son identification.

La spécification de la mesure incitative est stockée dans une base de données informatique et est récupérée lorsqu'un client effectue un achat à un poste POS. La spécification d'achat d'une spécification de mesure incitative peut définir une condition préalable pour que l'avantage soit : un achat d'un produit particulier, par exemple, une boîte quelconque de céréales de marque X, un montant minimum d'achat global, par exemple un achat quelconque supérieur à 100 \$, un achat d'une combinaison de produits (de marque identique ou différente), par exemple du sucre de marque X et des céréales de marque X. Si le client fait un tel achat, il bénéficiera de l'avantage défini par la spécification de la mesure incitative. L'avantage d'une mesure incitative électronique peut être une réduction sur le prix d'achat d'un article spécifié lorsque cet article est acheté. L'avantage d'une mesure incitative électronique peut être aussi une remise subordonnée à l'achat actuel ou futur d'un autre produit. L'avantage du coupon électronique peut être un coupon en papier, imprimé au POS, lequel coupon fournit une remise ou un produit libre du même détaillant ou prestataire de service auprès duquel le présent achat du client est effectué ou auprès d'un

détaillant ou prestataire de service différent de celui auprès duquel l'achat actuel du client est effectué.

Une méthode d'offre de mesures incitatives électroniques personnalisées est d'exiger que le client présente son identification simultanément avec l'offre, comme avec des offres faites par l'intermédiaire d'un kiosque automatisé où le client doit présenter son identification, ou bien, comme avec des offres faites par l'intermédiaire de sites World Wide Web (Web), en exigeant du client la transmission d'un numéro d'identification dans le site Web.

Une mesure incitative électronique personnalisée n'a pas besoin d'être offerte à un client uniquement au moment de la vente, et n'a pas besoin d'être offerte à un client seulement lorsque le client est à un poste POS. Au contraire, une mesure incitative personnalisée peut être offerte à un client dont les informations d'identification et de contact (adresse postale ou adresse du courrier électronique ou site Web personnel) sont connues. Par exemple, une communication peut être transmise au client par courrier postal direct (ou par courrier électronique) indiquant une mesure incitative offerte au client, si le client a une identification dans une carte de club de clients fréquents, auquel cas la spécification d'achat/spécification de mesure incitative peuvent être stockées dans la base de données en association avec l'identification du club de clients fréquents du client. Le client peut être qualifié pour bénéficier de l'offre de la mesure incitative en donnant son identification de carte de client fréquent à une caisse et en satisfaisant aux autres conditions préalables de l'offre de la mesure incitative.

Un promoteur d'une promotion utilisant des mesures incitatives électroniques peut aussi définir des classes de clients pouvant recevoir des mesures incitatives électroniques particulières. Des exemples de classes d'individus à qui peut être offerte une mesure incitative d'achat comprennent des clients qui font des achats dépassant un montant spécifié chez un détaillant spécifique ou en utilisant une carte de crédit spécifiée chaque mois. La détermination d'un client en tant que membre d'une classe peut se faire lorsqu'un client est à un poste POS, et peut être basée sur l'identification fournie par le client. L'identification peut être une carte de client fréquent, une carte de crédit,

une carte bancaire, un chèque, etc. Une classe peut être aussi définie par d'autres critères et l'identification utilisée par la classe peut être déterminée à l'aide d'autres moyens. Un exemple de ce dernier cas pourrait être l'offre d'une remise aux utilisateurs d'une carte de crédit particulière (c'est-à-dire basée sur l'instrument utilisé pour faire l'achat) et/ou qui sont des habitants d'une zone géographique particulière. Cette promotion pourrait être mise en oeuvre en déterminant l'information de résidence géographique de l'enregistrement de la société de carte de crédit ou de l'adresse du détenteur de la carte.

Des offres de mesures incitatives électroniques peuvent être aussi proposées à tous les clients. Ceci correspond à faire une offre de remise par courrier pour l'article. Cependant, fournir une mesure incitative automatique au POS et au moment de la vente de l'article est plus tentant pour les clients étant donné qu'aucun autre effort n'est nécessaire de leur part comme avec des remises par courrier. La présente invention peut fournir des remises électroniques lorsqu'un produit particulier est acheté dans un magasin d'une quelconque de plusieurs sociétés de détail. Ceci permet au client de choisir le magasin de détail pour faire ses courses. Ceci permet aussi aux fabricants de fournir une promotion de "remise immédiate" à l'acheteur du produit spécifié sans exiger la participation des détaillants dans la promotion.

Un système POS qui fournit des mesures incitatives électroniques personnalisées identifie des clients qui font des achats en lisant une identification reconnue par le système POS conjointement avec l'achat du client. Le système POS applique un avantage identifié dans une mesure incitative électronique à une commande d'achat du client si le client a présenté une identification et si le client s'est vu présenté la mesure incitative et a satisfait à la condition préalable de l'offre. Les détaillants peuvent utiliser plusieurs techniques pour identifier un client, comprenant la lecture d'une carte de club de clients fréquents ayant un numéro de membre codé dans un code à barres imprimé, la lecture du numéro d'une carte de débit bancaire ou d'une carte de crédit de client, ou la mesure d'une étude statistique du client bien connue des spécialistes dans la technique.

Un exemple d'un programme de promotion qu'un fabricant de peinture d'habitation souhaiterait pouvoir établir et que permet le système proposé par

cette invention est une mesure incitative électronique proposée par une publicité à l'échelle nationale d'une remise d'un dollar crédité sur le prix d'achat du client à la caisse au moment de l'achat.

En conséquence, la présente invention dépasse le concept de mesure incitative électronique de magasin de détail individuel et de chaîne individuelle de magasins de détail et fournit automatiquement la possibilité d'offrir et de traiter des mesures incitatives électroniques entre chaînes ou entre industries. La présente invention, comme décrit ci-après en référence aux figures 1 à 3, fournit un système qui propose aux clients des mesures incitatives par l'intermédiaire d'Internet, d'émissions de télévision, de courrier direct, etc., alors que le client est chez lui, dans un magasin ou n'importe où et qui permet alors à ce client de bénéficier automatiquement de l'avantage de la mesure incitative suivant son choix du détaillant, lequel choix peut comprendre des magasins de détail conventionnels ou des installations de vente au détail sur Internet.

La figure 1 est un schéma général d'un système qui distribue des mesures incitatives électroniques à une pluralité de magasins de détail, lesquels magasins de détail n'ont pas besoin d'appartenir à une chaîne de magasins spécifique. Le système représenté sur la figure 1 utilise des systèmes POS existant dans des magasins de détail conventionnels. On comprendra que la présente invention fonctionnera aussi bien avec des systèmes de transactions électroniques qui font partie d'une installation de détail Internet, comme un détaillant sur le Web. Les systèmes de transactions électroniques qui font partie d'une installation de vente au détail sur Internet sont désignés ici par systèmes POS pour des raisons pratiques, sauf si le contexte indique le contraire.

Sur la figure 1, une pluralité de magasins de détail 1 à N, par exemple, les magasins de détail 30 et 32 sont couplés à un système de mesures incitatives centralisé 46 par l'intermédiaire d'un réseau de télécommunications en temps réel 37. Chaque magasin de détail, par exemple, le magasin de détail 30 comprend au moins un système POS ayant un lecteur d'identification de client, qui peut être un lecteur de cartes de débit et/ou de cartes de crédit et/ou un lecteur de permis de conduire 30a et/ou un lecteur de cartes de fidélité 30b. De la même façon, le magasin de détail 32 comprend au moins un système de point

de vente ayant un lecteur de cartes de débit et/ou de cartes de crédit 32a et/ou un lecteur de permis de conduire et/ou un lecteur de cartes de fidélité 32b. On comprendra que les dispositifs d'identification de clients susmentionnés peuvent être réalisés par du matériel utilisé pour exécuter aussi d'autres fonctions. Par exemple, des cartes de fidélité avec codes à barres imprimés pour lecture optique peuvent être lues par le scanner de codes à barres utilisé pour lire les codes à barres imprimés sur des produits achetés.

La description qui suit utilisera le magasin de détail 30 pour représenter un exemple spécifique d'un magasin de détail en décrivant le fonctionnement d'une réalisation préférée du système de la présente invention. On comprendra que d'autres magasins de détail, par exemple le magasin de détail 32 de la figure 1, fonctionnera de manière identique. La figure 1 montre que les magasins de détail sont couplés à un réseau de télécommunications 37. Le réseau de télécommunications 37 permet aux données d'être rapidement transmises en temps réel et peut comprendre une ou plusieurs liaisons de réseaux, liaisons radio, liaisons téléphoniques, liaisons par modem, etc., comme peuvent s'en rendre compte ceux familiarisés avec les techniques de l'électronique et des télécommunications.

Le réseau de télécommunications 37 est en outre couplé à un système de mesures incitatives centralisé (CIS) 46. Pour la clarté de la représentation, la figure 1 montre seulement un CIS 46. On comprendra que la présente invention peut fonctionner avec des systèmes multiples de mesures incitatives centralisés qui peuvent être chacun en liaison avec la pluralité de magasins de détail par l'intermédiaire de systèmes de télécommunications communs ou indépendants. Le CIS 46 est en outre couplé à une base de données 48 qui stocke des mesures incitatives électroniques associées à l'identification de chaque client. La base de données 48 stocke des spécifications de mesures incitatives électroniques et des offres de mesures incitatives stockées en association avec des identifications de clients uniques correspondant à des identifications codées sur les cartes de débit, cartes de crédit, cartes de fidélité, permis de conduire, etc., de clients en utilisant des méthodes conventionnelles comme celles qui sont connues dans la technique.

Les informations sont fournies à la base de données 48 par les systèmes de délivrance de mesures incitatives (IIS) 50. Le système IIS 50 peut fonctionner conjointement avec des systèmes multiples d'offres de mesures incitatives automatiques commandés par un opérateur. Le IIS 50 peut fonctionner avec un système d'offres de mesures incitatives basé sur Internet, tel un site Web qui permet à un utilisateur d'entrer une identification d'utilisateur/client. Le IIS 50 peut aussi fonctionner avec des kiosques automatisés situés dans des magasins de détail ou d'autres lieux qui permettent aux clients de sélectionner des offres de mesures incitatives électroniques. Un tel kiosque automatisé comprend un écran et un lecteur d'identification de client permettant au kiosque de déterminer l'identification du client et de transmettre des informations de mesures incitatives électroniques identifiant ce qui est offert au client en association avec les informations d'identification de client au IIS afin que le IIS stocke la mesure incitative électronique dans la base de données 48.

Le IIS 50 peut aussi fonctionner avec des systèmes qui permettent à des téléspectateurs regardant des spots publicitaires de répondre soit en appelant un numéro vert, soit en envoyant une acceptation d'une offre comme une transmission à partir d'un boîtier terminal numérique ayant la possibilité de transmettre des informations. Un spot publicitaire télévisé peut informer les téléspectateurs d'appeler un numéro vert afin de fournir des informations d'identification qui seront utilisées pour stocker la mesure incitative électronique associée à l'identification. Un boîtier terminal numérique peut être utilisé dans les systèmes de télévision qui supportent la transmission bidirectionnelle vers une position centrale avec un système IIS. Le boîtier terminal numérique permet au téléspectateur regardant un spot publicitaire télévisé de sélectionner et d'envoyer des réponses à la position centrale, et finalement au système IIS, en réponse aux instructions données dans le spot publicitaire télévisé. Le boîtier terminal numérique peut être programmé pour stocker des informations d'identification de client, évitant ainsi au téléspectateur d'avoir à entrer les informations, ou le boîtier terminal numérique peut supporter l'entrée d'informations d'identification. De cette manière, un client peut sélectionner, par exemple, des mesures

incitatives par l'intermédiaire d'Internet ou de la télévision et recevoir un crédit au magasin de détail 30 lorsqu'il effectue l'achat requis.

Le IIS 50 stocke dans la base de données 48 des informations sur les mesures incitatives offertes.

En se basant sur les informations lues dans la base de données 48 et les informations d'achat reçues du réseau de télécommunications 37, le CIS 46 détermine les avantages à fournir aux clients. Les informations d'achat reçues du réseau de télécommunications 37 peuvent contenir l'identification des produits achetés, la valeur de l'achat, et contient une identification du client.

Le système POS pour magasin 30 peut en outre transmettre une spécification d'action de qualification de client au CIS 46, par l'intermédiaire du même réseau de télécommunications ou d'un autre. Un type de spécification d'action de qualification de client peut décrire des avantages de mesures incitatives proposés au client par le système POS, telles des remises appliquées à l'achat du client par suite des achats de qualification du client. La fourniture d'informations d'achats de qualification et d'avantages appliqués au CIS 46 permet le suivi de sélections des clients, le regroupement d'historiques commerciaux au CIS 46, et la comptabilité et la facturation automatisées en temps réel pour les avantages de mesures incitatives donnés aux clients. D'autres spécifications d'actions de qualification du client peuvent contenir une description de tous les articles que le client a sélectionné pour l'achat, permettant au CIS 46 de déterminer pour quels avantages de mesures incitatives le client est qualifié et permettant en outre au CIS 46 de regrouper des historiques commerciaux plus détaillés.

Des réalisations de la présente invention comprenant des systèmes POS qui renvoient des spécifications d'actions de qualification de clients au CIS 46 permettent la comptabilité automatique et en temps réel des mesures incitatives proposées aux clients ainsi que le transfert automatique et en temps réel des fonds correspondant au coût de la mesure incitative. Des mesures incitatives ou autres articles de valeur proposés aux clients par la présente invention sont souvent payés par les promoteur des produits ou des services qui fournissent la mesure incitative afin de favoriser, par exemple, le produit qui doit être acheté de

manière à pouvoir bénéficier de la mesure incitative. Le promoteur parrainant une mesure incitative paiera au détaillant le coût de l'avantage donné au client afin de dédommager le détaillant de la valeur donnée au client. La présente invention permet le transfert automatisé et en temps réel de fonds du promoteur au détaillant afin de payer la mesure incitative.

La figure 1 montre que le CIS 46 communique avec un serveur de compte du promoteur 60 et un serveur de compte du détaillant 61. Le serveur de compte du promoteur 60 est un prestataire de service financier, comme une banque ou un dispositif d'autorisation de paiement électronique, qui conserve un solde de compte pour chaque promoteur parrainant une mesure incitative électronique fournie par le CIS 46. Le serveur de compte du détaillant 61 est un prestataire de service financier semblable qui conserve un solde débiteur collecté par chaque détaillant fournissant des mesures incitatives électroniques à des clients. Lorsqu'un avantage de mesure incitative est donné à un client, le CIS 46 débite des fonds du compte correspondant au compte du promoteur conservé dans le serveur de compte du promoteur 60 qui correspond à la remise, et crédite ces fonds sur le compte du détaillant conservé dans le serveur de compte du détaillant 61. Le détaillant a immédiatement accès aux fonds crédités sur le compte du détaillant peu après que la remise a été appliquée à l'achat du client.

Des réalisations alternatives de la présente invention peuvent aussi communiquer la liste complète de sélections d'achats du client du système POS 30 du CIS 46. Ceci permet au CIS 46 de déterminer quels sont les avantages de mesures incitatives à appliquer en fonction des sélections d'achats du client et le CIS 46 peut aussi appliquer lui-même des avantages de mesures incitatives à l'inverse du système POS du magasin de détail 30. Cette forme de fonctionnement permet en outre un cumul des sélections d'achats du client sur plusieurs courses. Cet historique commercial collecté peut être stocké dans la base de données 48 en association avec l'identification du client. Le IIS 50 peut accéder à l'historique commercial collecté dans la base de données 48 pour déterminer une autre mesure incitative à offrir au client basée sur les préférences d'achat démontrées par ce client. Les données de sélections d'achats du client collectées dans la base de données 48 peuvent être en outre analysées pour

définir des statistiques commerciales, telles celles identifiant les types d'offres que le client accepte généralement, et des statistiques identifiant la corrélation entre l'acceptation de différents types d'offres par la même personne. On notera que, bien que les IIS 50 et CIS 46 soient représentés comme des éléments séparées, ils peuvent être des procédés individuels exécutés sur un même ordinateur ou des ordinateurs séparés ayant accès à la base de données 48.

La présente invention peut communiquer des sélections d'achats du client du système POS du magasin 30 au CIS 46 par l'intermédiaire (1) du réseau de télécommunications en temps réel 37 utilisé pour communiquer l'identification du client et des mesures incitatives à appliquer entre le système PS 30 et le CIS 46, (2) d'une autre voie de transmission en temps réel, ou (3) d'une voie de transmission alternative en temps non réel.

Des voies de transmission alternatives en temps non réel comprennent des architectures qui cumulent des données de sélections d'achats au magasin de détail et communiquent périodiquement ces données collectées au CIS 46. Ces autres voies de transmission peuvent comprendre des modems commutés ou d'autres liaisons numériques en temps partagé. La présente invention peut fonctionner avec la transmission en temps non réel de données de sélections d'achats de clients étant donné que la plupart des promotions qui utilisent un historique commercial peuvent être adaptées de manière à autoriser un court délai pour créditer l'avantage au client après qu'il aura fait les achats de qualification.

Des réalisations de la présente invention qui communiquent la liste complète de sélections d'achats des clients du système POS 30 au CIS 46 peuvent mettre en oeuvre un système de points de récompense des acheteurs en temps réel. Un système de points de récompense des acheteurs est un programme promotionnel dans lequel les clients reçoivent et cumulent des points pour faire des achats et les points collectés peuvent être échangés pour leur valeur. La présente invention permet au CIS 46 de déterminer les points gagnés par chaque achat (en comparant la description des produits achetés à un tableau de points pour chaque produit qualifié) et de créditer ces points au compte du client conservé dans la base de données 48. En plus du cumul de points, la

présente invention peut rationaliser et rendre plus efficace le fonctionnement d'un système de points de récompense des acheteurs en délivrant des coupons aux clients qui ont collecté un nombre de points spécifié. Le coupon peut donner au détenteur le droit à un produit libre ou à une mesure incitative spécifiée appliquée à un achat ultérieur. Le coupon peut être imprimé en transmettant une commande d'impression à une imprimante de coupons installée au même endroit que le système POS.

La présente invention peut être mise en oeuvre avec un système qui utilise le matériel de télécommunications et le traitement de données déjà en place dans les grands magasins de détail. Une réalisation de la présente invention peut mettre en oeuvre le réseau de télécommunications 37 en employant l'infrastructure qui est déjà en place dans les grands magasins de détail pour transmettre des informations financières entre les magasins de détail individuels et les systèmes financiers. La plupart des grandes chaînes de magasins de détail ont des lignes de télécommunications spécialisées reliant chacun de leurs magasins à un bureau central. Le bureau central, à son tour, a des communications spécialisées vers et en provenance de systèmes financiers comme des réseaux d'autorisation de cartes de crédit et des établissements financiers pour supporter le contrôle du paiement par carte bancaire ou par chèques. Ces communications spécialisées fonctionnent en permanence et sont utilisées soit pour communiquer des informations de cartes de crédit aux réseaux d'autorisation de cartes de crédit afin de faciliter la validation de cartes de crédits, soit pour communiquer des informations de cartes de débit bancaire et de chèques personnels aux établissements financiers concernés pour valider ces instruments de paiement.

Une réalisation de la présente invention peut utiliser la capacité en excès de l'équipement de télécommunications en temps réel existant entre les magasins de détail et les systèmes financiers pour permettre la distribution automatique de spécifications de mesures incitatives électroniques à partir d'une base de données à gestion centralisée qui est installée au même endroit qu'un ou plusieurs des systèmes financiers.

Le fonctionnement du système de la figure 1 est maintenant décrit en référence aux organigrammes montrés sur les figures 2 et 3. Le traitement décrit sur la figure 2 concerne une réalisation qui fournit uniquement au CIS 46 l'identification du client, le montant de l'achat optionnel et une spécification d'action de qualification du client contenant une identification des avantages de la mesure incitative donnés au client. Le traitement de la figure 2 commence avec la détection, à l'étape S11, de la lecture d'une identification du client, qui peut être une carte de crédit, une carte de débit, ou une carte de fidélité à un poste POS situé dans n'importe lequel des magasins de détail mettant en oeuvre la présente invention. L'identification du client est lue par un des lecteurs de cartes (par exemple, 30a, 30b, 32a et 32b de la figure 1). Cette détection survient typiquement lorsqu'un client présente sa carte de crédit, sa carte de débit ou sa carte de fidélité à un système de point de vente d'un magasin de détail 30, 32 pour terminer une transaction.

À l'étape S12, l'information d'identification du client est transmise au système de mesures incitatives centralisé (CIS) 46 par l'intermédiaire du réseau de télécommunications 37. L'information transmise au CIS 46 comprend aussi un identificateur unique de magasin de détail et de système de point de vente pour permettre au CIS 46 de diriger correctement des réponses vers le système POS adéquat. Des réalisations peuvent aussi transmettre le montant total en dollars de l'achat pour permettre au CIS 46 d'identifier en outre si l'achat du client est qualifié pour une offre de mesure incitative.

À l'étape S13, un processeur programmé du CIS 46 détermine si une ou plusieurs mesures incitatives d'achat associées à l'identification du client transmise sont stockées dans la base de données 48. S'il y a des mesures incitatives d'achat associées à l'identification du client qui est reçue par le CIS 46, le CIS 46 prépare une description de ces mesures incitatives pour leur transmission au système POS d'origine. Certaines mesures incitatives stockées dans la base de données 48 peuvent exiger qu'un montant d'achat global minimum soit effectué. Si le CIS 46 reçoit l'information du montant d'achat global avec l'identification du client, ces données peuvent être utilisées pour identifier en outre des mesures incitatives qui doivent être transmises au système POS,

c'est-à-dire si le montant d'achat global est inférieur à celui spécifié pour une mesure incitative, une description de cette mesure incitative ne sera pas renvoyée au système POS. Le CIS 46 transmet alors ces descriptions de mesures incitatives au système POS d'origine par l'intermédiaire du réseau de télécommunications 37 à l'étape S14.

À l'étape S15, le magasin de détail termine la transaction du client en déterminant si le client a fait des achats satisfaisant aux descriptions des mesures incitatives transmises par le CIS 46 et fournit les avantages, comme l'application d'une remise ou l'impression d'un coupon, de toutes les spécifications de mesures incitatives auxquelles le client a satisfait.

À l'étape S16, le système POS 30 communique au CIS 46 une description de tous les avantages de mesures incitatives appliqués à l'achat du client. Cette description peut spécifier le montant de toutes les remises appliquées à l'achat du client basées sur les achats de qualification, ou peut décrire des coupons imprimés par le système POS et donnés au client pour des achats ultérieurs. Cette description comprend aussi une identification de l'offre de mesure incitative ou de l'achat ayant satisfait à une offre de mesure incitative pour permettre au CIS 46 de transférer automatiquement des fonds du promoteur de l'offre de mesure incitative au détaillant qui applique l'avantage.

Pour terminer, à l'étape S17, des fonds d'un montant égal à l'avantage sont transférés du compte du promoteur contenu dans le serveur de compte du promoteur 60 sur le compte du détaillant contenu dans le serveur de compte du détaillant 61 afin de compenser le magasin de détail de la mesure incitative appliquée à l'achat du client.

Le traitement sur la figure 3 représente le fonctionnement d'une réalisation plus complexe de la présente invention qui communique des spécifications d'actions de qualification de clients comprenant une description complète de toutes les sélections d'achats de clients au CIS 46 afin de supporter une application plus souple de mesures incitatives aux comptes des clients. Le traitement représenté sur la figure 3 fonctionne aussi sur une réalisation de la présente invention qui utilise des communications en temps réel pour toutes les informations transmises entre les magasins de détail et le CIS 46.

À l'étape S21, le système POS cumule des informations décrivant les articles qu'un client a sélectionné pour leur achat et détermine aussi l'identification du client. Dès que le système POS a réuni ces informations, le système POS formate ces informations exigées par la réalisation particulière et commande leur transmission au CIS 46. En plus d'une description des sélections d'achats et d'identification de clients, le système POS transmet aussi un identificateur unique de magasin de détail et de système de point de vente pour permettre au CIS 46 d'adresser correctement des informations de réponse et créditer le compte du détaillant.

À l'étape S22, ces informations de transaction sont transférées au système de mesures incitatives centralisé (CIS) 46 par l'intermédiaire du réseau de télécommunications 37.

À l'étape S23, un processeur programmé du CIS 46 stocke les sélections d'achats dans la base de données 48 et récupère dans la base de données 48 des sélections d'achats antérieures stockées associées à l'identification de ce client, ainsi que des descriptions de mesures incitatives d'achat qui ont été stockées en association avec l'identification du client. Le CIS 46 peut être programmé pour déterminer d'autres mesures incitatives à offrir au client basées sur l'historique commercial collecté du client. Un exemple de ce type de programmation pourrait être une offre de mesure incitative pour une remise d'un dollar sur l'achat de chips à tout client qui achète dix bouteilles d'une limonade spécifiée pour un nombre quelconque de courses. Si un client a acheté neuf bouteilles lors de courses précédentes et en achète encore une pendant les courses actuelles, l'offre de mesure incitative pour une remise d'un dollar sur des chips sera transmise au système POS.

Le processeur programmé du CIS 46 comparera ensuite les sélections d'achats reçues du système POS avec les spécifications de mesures incitatives récupérées à l'étape S24 afin de déterminer si le client peut recevoir un avantage. La présente réalisation peut parvenir à trois déterminations concernant l'avantage à donner au client. Le CIS 46 peut déterminer (1) qu'aucun avantage n'est à accorder, (2) que le client doit recevoir un avantage en magasin, comme une remise à appliquer à l'achat actuel, ou (3) le client a satisfait aux exigences

d'une mesure incitative et doit bénéficier d'un avantage supplémentaire, qui est un avantage accordé au client sans l'intervention du détaillant. Un client peut être qualifié pour des avantages multiples en magasin ou des avantages supplémentaires, ou une combinaison d'avantages à la fois en magasin et supplémentaires. On comprendra que le traitement décrit ci-dessous pour ces deux avantages peut être réalisé pour des avantages multiples ou pour les deux types d'avantages en réponse à un achat unique.

Si le CIS 46 détermine que le client n'est pas qualifié pour bénéficier de l'avantage d'une mesure incitative, le traitement passe à l'étape S29. À l'étape S29, des réalisations exigent que le CIS 46 transmette un message au système POS signalant qu'aucun avantage n'est à appliquer. D'autres réalisations peuvent ne pas exiger la transmission d'un message au système POS.

Si le CIS 46 détermine qu'un avantage supplémentaire est à donner au client, le traitement passe à l'étape S28 où l'avantage est appliqué. Un type d'avantage supplémentaire proposé par la présente invention est des mesures incitatives pour l'achat d'un produit qui sont données au client en appliquant un crédit à la carte de crédit ou de débit du client.

À l'étape S30, des fonds d'un montant égal à l'avantage à créditer au client sont transférés du compte du promoteur conservé dans le serveur de compte du promoteur 60 sur le compte du détaillant conservé dans le serveur de compte du détaillant 61 afin de compenser le magasin de détail pour la mesure incitative à appliquer à l'achat du client.

Si un avantage en magasin est à fournir au client, le traitement passe à l'étape S25. À l'étape S25, des fonds d'un montant égal à l'avantage sont transférés du compte du promoteur conservé dans le serveur de compte du promoteur 60 sur le compte du détaillant conservé dans le serveur de compte du détaillant 61 afin de compenser le magasin de détail pour la mesure incitative à appliquer à l'achat du client.

À l'étape S26, le CIS 46 formate et transfère au système POS une description des avantages, comme des mesures incitatives, à appliquer à l'achat du client.

À l'étape S27, le magasin de détail complète la transaction du client en appliquant l'avantage, comme en soustrayant un montant de mesure incitative des achats du client.

On notera que les avantages en magasin et les avantages supplémentaires fournis aux clients peuvent être ultérieurement stockés dans une base de données 48 et être analysés ou traités pour exécuter des opérations d'audit, de comptabilité et de facturation.

On se rendra compte de ce qui précède que la présente invention représente une avancée significative dans le domaine des systèmes informatiques de magasins de détail. En particulier, l'invention propose une gestion centralisée de mesures incitatives électroniques au moyen d'un système qui ne se rapporte pas à une chaîne de magasins.

Les mécanismes et procédés présentés dans la présente description peuvent être mis en oeuvre à l'aide d'un microprocesseur conventionnel à usages multiples (par exemple, les processeurs programmés compris dans le CIS 46 et le IIS 50) programmé selon les enseignements dans la présente spécification comme le noteront ceux familiarisés avec la ou les techniques applicables. Un codage logiciel approprié peut être facilement préparé par des programmeurs qualifiés basé sur les enseignement de la présente découverte, comme ce sera évident pour ceux familiarisés avec la ou les techniques applicables. Toutefois, comme s'en rendront aisément compte ceux familiarisés avec la technique, cette invention peut être aussi mise en oeuvre en préparant des circuits intégrés spécifiques à l'application ou en interconnectant un réseau approprié de circuits à composants conventionnels.

Bien que la réalisation préférée de l'invention soit décrite par rapport à des systèmes POS ayant un lecteur de cartes de débit et/ou de cartes de crédit et/ou de permis de conduire 30a et/ou un lecteur de cartes de fidélité 30b pour vérifier l'identité d'un client, d'autres types de dispositifs, tels des lecteurs de cartes à puce, lecteurs d'analyse rétinienne, lecteurs d'analyse d'empreintes digitales, lecteurs d'analyse vocale, lecteurs d'analyse d'images, etc., peuvent être prévus pour vérifier l'identité du client, en intégrant le matériel/logiciel adéquats dans le

système POS, comme s'en rendront compte ceux familiarisés avec les techniques applicables.

La présente invention comprend donc aussi un produit géré par ordinateur qui peut être hébergé sur un support d'informations et comprend des instructions qui peuvent être utilisées pour programmer un microprocesseur afin d'exécuter des processus selon la présente invention. Ce support d'informations peut comprendre, mais ne se limite pas à, n'importe quel type de disque comprenant des disquettes, des disques optiques, des CD-ROM, des disques magnéto-optiques, des ROM, des RAM, des EPROM, des EEPROM, une mémoire flash, des cartes magnétiques ou optiques, ou n'importe quel type de support adapté au stockage d'instructions électroniques.

De toute évidence, de nombreuses modifications et variantes de la présente invention sont possibles à la lumière des enseignements ci-dessus. C'est pourquoi, on comprendra que, dans le domaine d'application des revendications annexées, l'invention pourra être mise en pratique de manière autre que celle spécifiquement décrite ici.

REVENDICATIONS

1. Système à réseau informatique, comprenant :
 - un système informatique de mesures incitatives centralisé;
 - une base de données d'offres exceptionnelles associées audit ordinateur de mesures incitatives centralisé, ladite base de données d'offres exceptionnelles stockant une spécification d'une offre de mesure incitative en association avec une identification du client;
 - une base de données des critères de sélection d'offres associée audit ordinateur de mesures incitatives centralisé, ladite base de données des critères de sélection d'offres stockant des critères de qualification pour ladite offre de mesures incitatives;
 - un système POS de détail comprenant un moyen pour transmettre audit système informatique de mesures incitatives centralisé ladite identification du client associée aux données d'achat et une adresse électronique indiquant l'origine de l'identification du client et des données d'achat associées;
 - ledit système informatique de mesures incitatives centralisé comprenant un moyen pour recevoir ladite identification du client associée aux données d'achat et une adresse électronique indiquant l'origine de l'identification du client et des données d'achat associées;
 - ledit système informatique de mesures incitatives centralisé comprenant un moyen pour fournir une détermination d'offre en déterminant si lesdites données d'achat satisfont auxdits critères de sélection;
 - un moyen réagissant à ladite détermination de l'offre pour mettre à jour ladite base de données d'offres exceptionnelles pour stocker ladite spécification de ladite offre de mesure incitative associée à ladite identification du client;
 - ledit système informatique de mesures incitatives centralisé comprenant un moyen pour fournir une détermination de l'avantage en déterminant si lesdites données achat satisfont à une offre exceptionnelle associée à ladite identification du client stockée dans ladite base de données des offres exceptionnelles; et

ledit système informatique de mesures incitatives centralisé comprenant un moyen pour transmettre, en réponse à ladite détermination de l'avantage, une indication dudit avantage à ladite adresse indiquant l'origine de ladite identification du client et des données d'achat associées.

2. Système selon la revendication 1 comprenant en outre :

une base de données de comptes associée audit ordinateur de mesures incitatives centralisé, ladite base de données de comptes pour stocker un compte d'un détaillant identifiant des crédits dus audit détaillant et un compte pour un promoteur identifiant des débits dus par ledit promoteur; et

ledit système informatique de mesures incitatives centralisé comprenant un moyen pour créditer ledit compte dudit détaillant et débiter ledit compte dudit promoteur.

3. Système selon la revendication 1 dans lequel ledit système POS de détail et ledit système informatique de mesures incitatives centralisé communiquent par un système de télécommunications comprenant au moins un élément du groupe constitué de liaisons de réseaux, liaisons Internet, liaisons radio, liaisons téléphoniques, et liaisons par modems.

4. Système selon la revendication 1 dans lequel lesdits critères de sélection comprennent la valeur d'un achat identifié dans lesdites données d'achat.

5. Système selon la revendication 1 dans lequel ledit système POS de détail comprend un moyen pour appliquer ledit avantage à un achat associé à ladite identification du client et auxdites données d'achat.

6. Système selon la revendication 5 dans lequel ledit avantage est un coupon imprimé par ledit système POS de détail.

7. Système selon la revendication 5 dans lequel ledit avantage est une remise appliquée audit achat.

8. Système selon la revendication 1 dans lequel ledit système POS de détail comprend un moyen pour déterminer ladite identification du client à partir d'un lecteur de cartes de débit, lecteur de cartes de crédit, lecteur de permis de conduire, lecteur de cartes de fidélité, lecteur de cartes à puce, lecteur d'analyse rétinienne, lecteur d'analyse d'empreintes digitales, lecteur d'analyse vocale, ou lecteur d'analyse d'images.

9. Système selon la revendication 1 dans lequel ledit système informatique de mesures incitatives centralisé est installé au même endroit qu'un système financier et ledit système POS de détail communique avec ledit système informatique de mesures incitatives centralisé au moyen d'un système de télécommunications relié audit système financier.
10. Système selon la revendication 9 dans lequel ledit système financier comprend un système d'autorisation de crédit pour autoriser un crédit à un client et un établissement financier pour débiter un compte financier du client en réponse à ladite détermination de l'avantage.
11. Système selon la revendication 1 comprenant en outre un système de délivrance de mesures incitatives couplé audit système informatique de mesures incitatives centralisé, dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives peut transmettre une spécification de mesures incitatives d'achat audit système informatique de mesures incitatives centralisé.
12. Système selon la revendication 11 dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives et ledit système informatique de mesures incitatives centralisé communiquent par au moins un élément du groupe de liaisons de réseaux, liaisons Internet, liaisons radio, liaisons téléphoniques, et liaisons par modems.
13. Système selon la revendication 11 dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives supporte l'entrée manuelle de spécifications de mesures incitatives d'achat.
14. Système selon la revendication 11 dans lequel ladite spécification de mesures incitatives d'achat est associée à l'identification d'un client.
15. Système selon la revendication 14 dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives a un moyen pour recevoir un signal transmis à partir d'un boîtier terminal de transmission de téléviseur.
16. Système selon la revendication 11 dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives informe une personne associée audit identificateur de client des offres de mesures incitatives d'achat par l'intermédiaire d'un service Internet.

17. Système selon la revendication 16 dans lequel ledit service Internet comprend un site Web.
18. Système selon la revendication 16 dans lequel ledit service Internet comprend un courrier électronique.
19. Système selon la revendication 11 dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives comprend en outre un moyen pour transmettre ladite spécification de mesures incitatives d'achat en réponse à une transmission non basée sur le Web et une demande de page Web associée à une identification du client.
20. Système selon la revendication 11 dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives comprend un moyen pour sélectionner des mesures incitatives promotionnelles à offrir basées sur un historique commercial stocké en association avec ladite identification du client.
21. Système selon la revendication 11 dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives comprend un moyen pour sélectionner des mesures incitatives promotionnelles à offrir basées sur un historique d'utilisation d'un kiosque automatisé associé audit numéro d'identification.
22. Système selon la revendication 11 dans lequel lesdits critères de mesures incitatives d'achat sont associés à une classe de clients.
23. Système selon la revendication 22 dans lequel ladite classe comprend des clients résidant dans une certaine zone géographique.
24. Système selon la revendication 22 dans lequel ladite classe comprend des clients effectuant un montant spécifié d'achats dans une période de temps spécifiée.
25. Système selon la revendication 22 dans lequel ladite classe comprend des clients qui n'ont pas fait d'achats pendant une période de temps spécifiée.
26. Système selon la revendication 1 dans lequel ledit système informatique de mesures incitatives centralisé comprend en outre un moyen pour transférer des fonds entre un compte du détaillant et un compte du promoteur, dans lequel ledit moyen pour transférer des fonds fonctionne de manière à transférer une valeur d'avantages de mesures incitatives offerte à un client dudit compte du promoteur audit compte du détaillant.

27. Système selon la revendication 1 dans lequel lesdits critères de sélection comprennent l'achat d'un produit.

28. Système selon la revendication 1 dans lequel lesdits critères de sélection comprennent l'achat d'une combinaison spécifiée de produits.

29. Système pour fournir des mesures incitatives d'achat, comprenant:
un système informatique de mesures incitatives centralisé, ledit système informatique de mesures incitatives comprenant:

i) une base de données stockant des spécifications de mesures incitatives d'achat;

ii) un moyen pour déterminer des mesures incitatives d'achat à fournir à un client basées sur un identificateur de client associé audit client et des informations stockées dans ladite base de données;

et

iii) un moyen pour appliquer un avantage associé auxdites mesures incitatives d'achat audit client;

et

une pluralité de systèmes POS de détail, dans lequel une ou plusieurs desdites pluralités de systèmes POS de détail ne font pas partie d'une chaîne unique de magasins de détail et dans lequel au moins un de ladite pluralité de systèmes POS de détail comprend :

i) un moyen d'identification de clients fonctionnant de manière à déterminer ledit identificateur de client,

ii) un moyen pour générer une description électronique de sélections d'achats de clients, et

iii) un moyen pour communiquer ladite description électronique de sélections d'achats de clients audit système de mesures incitatives centralisé.

30. Système selon la revendication 29 dans lequel ledit avantage est un crédit de points de récompense d'achat crédité audit client, lesdits points de récompense d'achat étant basés sur ladite description électronique de sélections d'achats du client.

31. Système selon la revendication 29 dans lequel ledit avantage est un crédit appliqué au compte de paiement associé audit client.

32. Système selon la revendication 29 dans lequel ledit système de mesures incitatives centralisé comprend en outre un moyen pour transférer des fonds entre un compte du détaillant et un compte du promoteur; et dans lequel ledit moyen pour transférer des fonds fonctionne de manière à transférer une valeur de promotions offerte à un client dudit compte du promoteur audit compte du détaillant.

33. Système pour fournir des mesures incitatives d'achat, comprenant :
un système informatique de mesures incitatives centralisé, ledit système informatique de mesures incitatives centralisé comprenant une base de données et comprenant en outre :

i) un moyen pour sélectionner des mesures incitatives d'achat à proposer à un client basé sur un identificateur de client associé audit client et sur des informations stockées dans ladite base de données;

et

ii) un moyen pour transmettre lesdites mesures incitatives d'achat à une pluralité de systèmes POS de détail;

et

dans lequel une ou plusieurs desdites pluralités de systèmes POS de détail ne font pas partie d'une chaîne unique de magasins de détail et au moins un desdits systèmes POS comprend un moyen d'identification de client pour déterminer ledit identificateur de client.

34. Procédé informatique, comprenant :

le stockage d'une spécification d'une offre de mesure incitative en association avec une identification de client dans une base de données d'offres exceptionnelles associée à un ordinateur de mesures incitatives centralisé;

le stockage de critères de qualification pour ladite offre de mesure incitative dans une base de données de critères de sélection d'offres associée audit ordinateur de mesures incitatives centralisé;

la transmission audit système informatique de mesures incitatives centralisé de ladite identification de client associée aux données d'achat et d'une adresse électronique indiquant l'origine de l'identification du client et des données d'achat associées d'un système POS de détail;

la réception de ladite identification de client associée aux données d'achat et d'une adresse électronique indiquant l'origine de l'identification du client et des données d'achat associées audit système informatique de mesures incitatives centralisé;

la fourniture d'une détermination d'offre en déterminant si lesdites données d'achat satisfont auxdits critères de sélection audit système informatique de mesures incitatives centralisé;

la mise à jour de ladite base de données d'offres exceptionnelles pour stocker ladite spécification de ladite offre de mesure incitative associée à ladite identification du client en réponse à ladite détermination de l'offre;

la fourniture d'une détermination d'un avantage en déterminant si lesdites données d'achat satisfont à une offre exceptionnelle associée à ladite identification de client stockée dans ladite base de données des offres exceptionnelles audit système informatique de mesures incitatives centralisé; et la transmission, en réponse à ladite détermination d'avantage, d'une indication dudit avantage à ladite adresse indiquant l'origine de ladite identification du client et des données d'achat associées audit système informatique de mesures incitatives centralisé.

35. Procédé selon la revendication 34, comprenant en outre :

le stockage d'un compte du détaillant identifiant des crédits dus audit détaillant et un compte du promoteur identifiant des débits dus par ledit promoteur dans une base de données de comptes associée audit ordinateur de mesures incitatives centralisé; et

le crédit dudit compte dudit détaillant et le débit dudit compte dudit promoteur audit système informatique de mesures incitatives centralisé.

36. Procédé selon la revendication 34 dans lequel ledit système POS de détail et ledit système informatique de mesures incitatives centralisé communiquent par un système de télécommunications comprenant au moins un élément du groupe constitué de liaisons de réseaux, liaisons Internet, liaisons radio, liaisons téléphoniques, et liaisons par modems.

37. Procédé selon la revendication 34 dans lequel lesdits critères de sélection comprennent la valeur d'un achat identifié dans lesdites données d'achat.

38. Procédé selon la revendication 34 comprenant en outre l'application dudit avantage à un achat associé à ladite identification du client et auxdites données d'achat audit système POS de détail.
39. Procédé selon la revendication 38 dans lequel ledit avantage est un coupon imprimé par ledit système POS de détail.
40. Procédé selon la revendication 38 dans lequel ledit avantage est une remise appliquée audit achat.
41. Procédé selon la revendication 34 comprenant en outre la détermination de ladite identification du client à partir d'un lecteur de cartes de débit, lecteur de cartes de crédit, lecteur de permis de conduire, lecteur de cartes de fidélité, lecteur de cartes à puce, lecteur d'analyse rétinienne, lecteur d'analyse d'empreintes digitales, lecteur d'analyse vocale, ou lecteur d'analyse d'images audit système POS de détail.
42. Procédé selon la revendication 34 dans lequel ledit système informatique de mesures incitatives centralisé est installé au même endroit qu'un système financier et ledit système POS de détail communique avec ledit système informatique de mesures incitatives centralisé au moyen d'un système de télécommunications relié audit système financier.
43. Procédé selon la revendication 42, comprenant en outre :
l'autorisation d'un crédit à un client à un système d'autorisation de crédit dudit système financier; et
le débit d'un compte financier du client en réponse à ladite détermination de l'avantage à un établissement financier.
44. Procédé selon la revendication 34 comprenant en outre la transmission d'une spécification de mesures incitatives d'achat audit système informatique de mesures incitatives centralisé à partir d'un système de délivrance de mesures incitatives couplé audit système informatique de mesures incitatives centralisé.
45. Procédé selon la revendication 44 dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives et ledit système informatique de mesures incitatives centralisé communiquent par au moins un élément du groupe de liaisons de

réseaux, liaisons Internet, liaisons radio, liaisons téléphoniques, et liaisons par modems.

46. Procédé selon la revendication 44 dans lequel ledit système de délivrance de mesures incitatives supporte l'entrée manuelle de spécifications de mesures incitatives d'achat.

47. Procédé selon la revendication 44 dans lequel ladite spécification de mesures incitatives d'achat est associée à l'identification d'un client.

48. Procédé selon la revendication 47 comprenant en outre la réception d'un signal transmis à partir d'un boîtier terminal de transmission de téléviseur audit système de délivrance de mesures incitatives.

49. Procédé selon la revendication 44 comprenant en outre l'information d'une personne associée audit identificateur de client d'offres de mesures incitatives d'achat par l'intermédiaire du service Internet audit système de délivrance de mesures incitatives.

50. Procédé selon la revendication 49 dans lequel ledit service Internet comprend un site Web.

51. Procédé selon la revendication 49 dans lequel ledit service Internet comprend un courrier électronique.

52. Procédé selon la revendication 44, comprenant en outre la transmission de ladite spécification de mesures incitatives d'achat en réponse à une transmission non basée sur le Web et une demande de page Web associée à une identification de client audit système de délivrance de mesures incitatives.

53. Procédé selon la revendication 44, comprenant en outre la sélection de mesures incitatives promotionnelles à offrir basées sur un historique commercial stocké en association avec ladite identification du client audit système de délivrance de mesures incitatives.

54. Procédé selon la revendication 44, comprenant en outre la sélection de mesures incitatives promotionnelles à offrir basées sur un historique d'utilisation d'un kiosque automatisé associé audit numéro d'identification audit système de délivrance de mesures incitatives.

55. Procédé selon la revendication 44 dans lequel lesdits critères de mesures incitatives d'achat sont associés à une classe de clients.

56. Procédé selon la revendication 55 dans lequel ladite classe comprend des clients résidant dans une certaine zone géographique.
57. Procédé selon la revendication 55 dans lequel ladite classe comprend des clients effectuant un montant spécifié d'achats dans une période de temps spécifiée.
58. Procédé selon la revendication 55 dans lequel ladite classe comprend des clients qui n'ont pas fait d'achats pendant une période de temps spécifiée.
59. Procédé selon la revendication 34, comprenant en outre le transfert de fonds entre un compte du détaillant et un compte du promoteur en transférant une valeur d'avantages de mesures incitatives offerts à un client dudit compte du promoteur audit compte du détaillant audit système informatique de mesures incitatives centralisé.
60. Procédé selon la revendication 34 dans lequel lesdits critères de sélection comprennent l'achat d'un produit.
61. Procédé selon la revendication 34 dans lequel lesdits critères de sélection comprennent l'achat d'une combinaison spécifiée de produits.
62. Procédé pour fournir des mesures incitatives d'achat, comprenant :
 - le stockage de spécifications de mesures incitatives d'achat dans une base de données du système informatique de mesures incitatives centralisé;
 - la détermination de mesures incitatives d'achat à fournir à un client basées sur un identificateur de client associé audit client et des informations stockées dans ladite base de données;
 - l'application d'un avantage associé auxdites mesures incitatives d'achat audit client;
 - la détermination dudit identificateur de client à au moins une d'une pluralité de systèmes POS de détail, dans lequel une ou plusieurs desdites pluralités de systèmes POS de détail ne font pas partie d'une chaîne unique de magasins de détail;
 - la génération d'une description électronique de sélections d'achats du client à au moins une desdites pluralités de systèmes POS de détail; et

la communication audit système de mesures incitatives centralisé de ladite description électronique de sélections d'achats du client à au moins une de ladite pluralité de systèmes POS de détail.

63. Procédé selon la revendication 62 dans lequel ledit avantage est un crédit de points de récompense d'achat crédité audit client, lesdits points de récompense d'achat étant basés sur ladite description électronique de sélections d'achats du client.

64. Procédé selon la revendication 62 dans lequel ledit avantage est un crédit appliqué à un compte de paiement associé audit client.

65. Procédé selon la revendication 62 comprenant en outre le transfert de fonds entre un compte du détaillant et un compte du promoteur en transférant une valeur de promotions offerte à un client dudit compte du promoteur audit compte du détaillant audit système de mesures incitatives centralisé.

66. Procédé pour fournir des mesures incitatives d'achat, comprenant :

la sélection de mesures incitatives d'achat à fournir à un client basées sur un identificateur de client associé audit client et des informations stockées dans une base de données d'un système informatique de mesures incitatives centralisé;

la transmission desdites mesures incitatives d'achat à une pluralité de systèmes POS de détail à partir dudit système informatique de mesures incitatives centralisé; et

la détermination dudit identificateur de client à au moins une desdites pluralités de systèmes POS de détail, dans lequel une ou plusieurs desdites pluralités de systèmes POS de détail ne font pas partie d'une chaîne unique de magasins de détail;

67. Support de stockage d'informations stockant un programme pour réaliser les étapes décrites dans une des revendications 34 à 66.

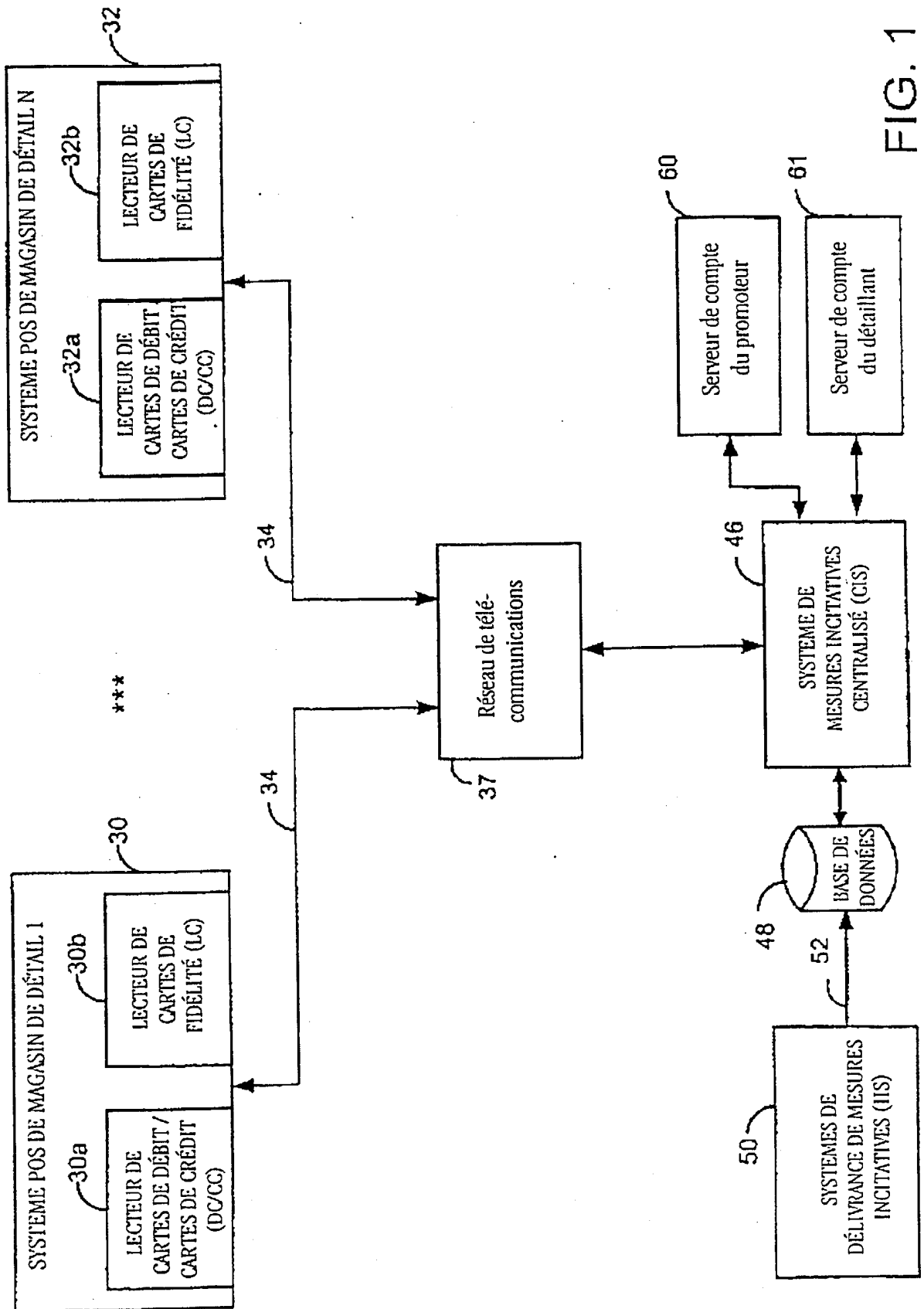


FIG. 1

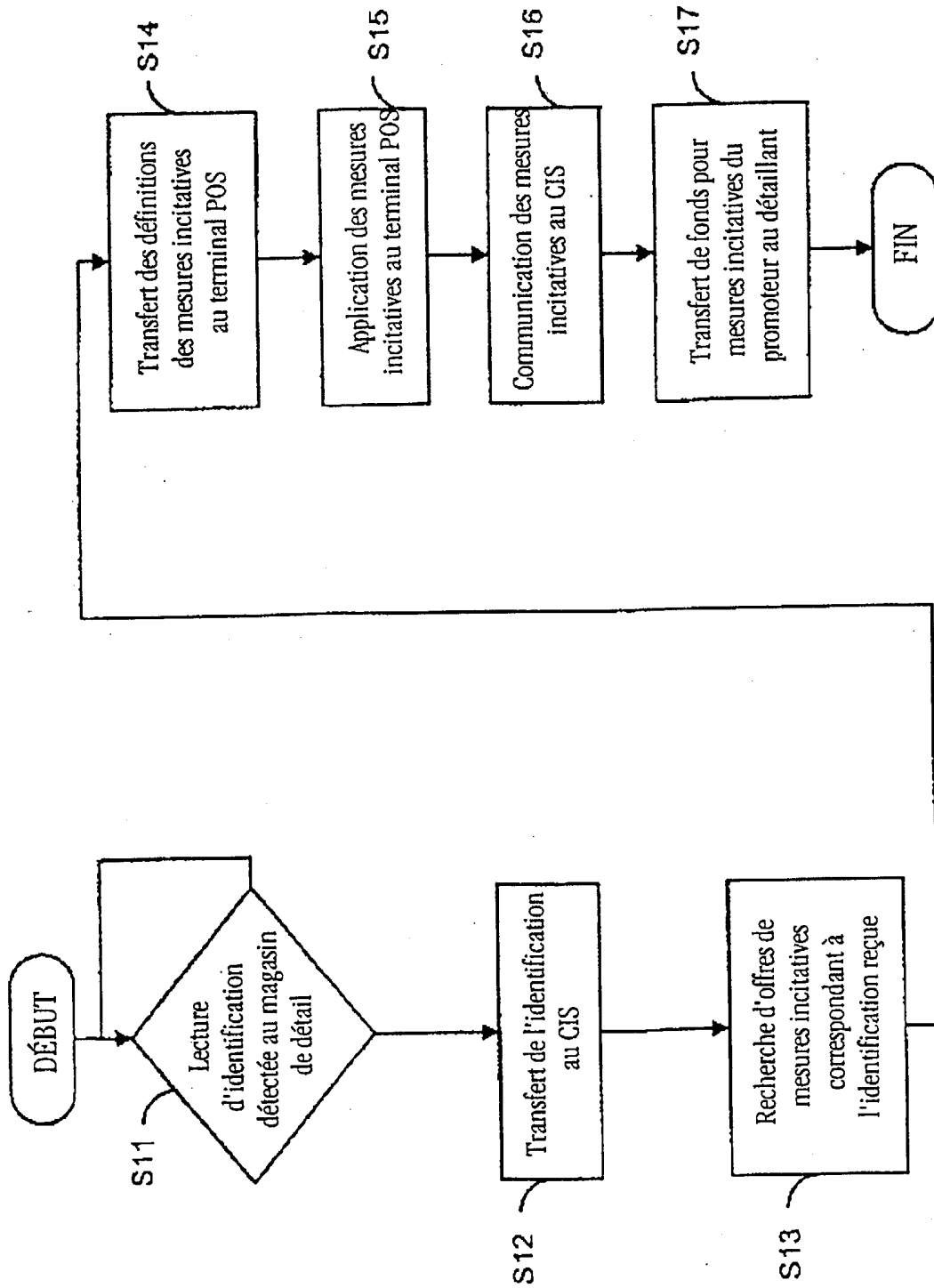


FIG. 2

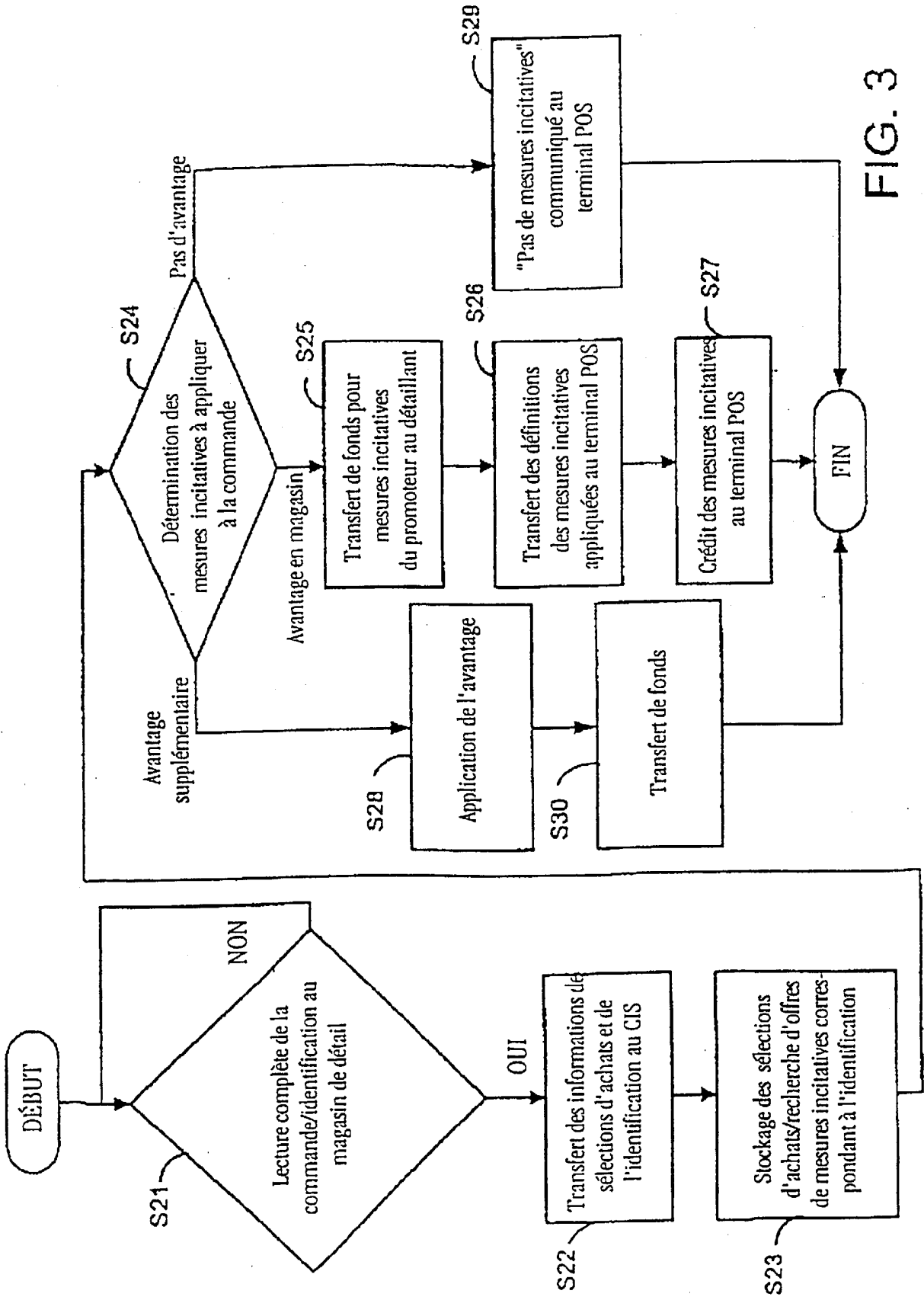


FIG. 3

Procédé, système et support exploitable par ordinateur pour fournir des mesures incitatives d'achat dans une pluralité de rayons d'un magasin de détail.

Systeme, procede et support exploitable par ordinateur pour fournir des mesures incitatives d'achat à une pluralité de magasins de détail à partir d'une position de compensation centrale. La pluralité de magasins de détail transmettent des identificateurs de clients et, en option, des descriptions d'achats de clients à un système de mesures incitatives centralisé par l'intermédiaire d'un système de télécommunications. Le système de mesures incitatives centralisé détermine les mesures incitatives d'achat basées sur les identificateurs de clients et sur les informations stockées et puis transmet les mesures incitatives d'achat qui ont été associées aux identificateurs de clients au magasin de détail d'origine par l'intermédiaire du système de télécommunications. Le système de points de vente dans le magasin de détail détermine si le client est qualifié pour une mesure incitative et transmet les informations définissant les mesures incitatives appliquées au système de mesures incitatives centralisé. Le système de mesures incitatives centralisé peut transférer des fonds qui couvrent le coût de la mesure incitative, d'un compte du promoteur de la mesure incitative sur un compte appartenant au détaillant fournissant la mesure incitative. Des réalisations alternatives déterminent la qualification pour des mesures incitatives et les appliquent au système de mesures incitatives centralisé. Une réalisation établit un système de mesures incitatives centralisé chez un fournisseur de services financiers et utilise les télécommunications existantes entre les détaillants et le fournisseur de services financiers pour mettre en oeuvre le système de télécommunications.

Figure 1



Déclaration

Numéro de la demande

BO 7780

BE 20000178

Certaines revendications n'ont pas fait l'objet d'une recherche parce qu'elles se rapportent à un objet à l'égard duquel l'Office n'est pas tenue de procéder à la recherche, à savoir:

Revendications n'ayant pas fait
l'objet de recherches:
1-67

Raison pour la limitation de la recherche (invention(s) non brevetable(s)):

Les revendications concernent un objet pour lequel aucune recherche n'est requise conformément à la règle 39 PCT. Etant donné que les revendications sont formulées de façon à revendiquer de tels objets ou leur réalisation technologique à l'aide de caractéristiques triviales, l'examineur de recherche n'a pas pu définir de problème technique dont la solution pourrait éventuellement impliquer une activité inventive. Par conséquent il n'était pas possible d'effectuer une recherche significative sur l'état de la technique (Art. 17(2)(a)(i) et (ii) PCT; voir Directives Partie B Chapitre VIII, 1-6).

Examineur
Bowler, A.