



(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 103714472 A

(43) 申请公布日 2014. 04. 09

(21) 申请号 201210370766. X

(22) 申请日 2012. 09. 28

(71) 申请人 英属盖曼群岛商博得网路科技股份有限公司

地址 中国台湾台北市

(72) 发明人 张家齐 阮吕正玺 严圣筌

(74) 专利代理机构 隆天国际知识产权代理有限公司 72003

代理人 冯志云 吕俊清

(51) Int. Cl.

G06Q 30/02 (2012. 01)

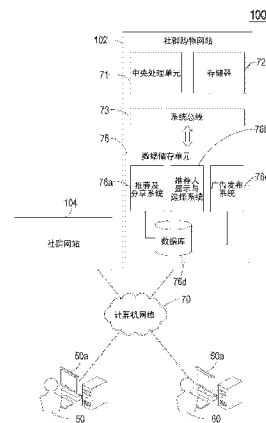
权利要求书2页 说明书5页 附图5页

(54) 发明名称

具推荐人显示及广告发布的社群购物平台及购物方法

(57) 摘要

本发明公开一种具推荐人显示及广告发布的社群购物平台及购物方法，社群购物平台包含社群购物网站，经由计算机网络与社群网站及多个使用者连接，以提供多个使用者购买商品与经由社群网站互相分享购物经验。社群购物网站包含推荐人显示与选择系统，用以当用户登入社群购物网站且进入商品购买页时，显示商品的推荐人信息，且允许用户选择商品的推荐人。此外，社群购物网站包含广告发布系统，用以当用户登入社群购物网站且进入商品购买页时，将拥有该使用者所欲购买的商品属性最相关的商品的推荐人及其信息显示，且将该商品属性相关的商品表达过兴趣的用户及其信息显示。



1. 一种社群购物平台,其包含:

一计算机网络;

一社群网站,连接至该计算机网络与多个用户,用以供多个使用者分别于其上建立一个个人网页,以便彼此互相交流与分享信息;以及

一社群购物网站,经由该计算机网络与该社群网站及该多个使用者连接,用以提供该多个使用者购买商品与经由该社群网站彼此互相分享购物经验;

其中该社群购物网站包含一推荐人显示与选择系统,用以当一用户登入该社群购物网站且进入一商品购买页时,显示该商品的一推荐人信息于该商品购买页,并且允许该使用者选择该商品的推荐人。

2. 如权利要求 1 所述的社群购物平台,其中该社群网站为脸谱、推特、噗浪、博客或网络论坛。

3. 如权利要求 1 所述的社群购物平台,其中该社群购物网站更包含:

一数据库;以及

一广告发布系统,用以追踪每个使用者经由该社群购物网站所购买的商品并记录于该数据库中,且追踪与记录每个用户过去与其他使用者互动而产生的多个信息,以及当一用户登入该社群购物网站且进入一商品购买页时,分析该数据库的记录而将拥有该使用者所欲购买的商品属性最相关的商品的推荐人及其信息显示出来,以及将该商品属性相关的商品表达过兴趣的用户及其信息显示出来。

4. 如权利要求 3 所述的社群购物平台,其中该广告发布系统将拥有该使用者所欲购买的商品属性最相关的商品的推荐人及其信息,以及将该商品属性相关的商品表达过兴趣的用户及其信息显示于另一社群购物网站、第三方网站或该社群网站上的一个人网页上。

5. 如权利要求 3 所述的社群购物平台,其中该社群购物网站包含一数据储存装置,且该推荐人显示与选择系统、该数据库与该广告发布系统储存在该数据储存装置中。

6. 如权利要求 1 所述的社群购物平台,其更包括一推荐与分享系统,其架构于产生包含一推荐人标识符的推荐网址以允许一推荐人将一商品以一商品连接或广告商品图推荐与分享于该社群网站的该个人网页。

7. 如权利要求 6 所述的社群购物平台,其中该社群购物网站依据包含该推荐人标识符的该推荐网址自动判断与记录该用户所点选的该商品连接或广告商品图为该推荐者所发布,并且将该推荐者设定为一预设推荐人。

8. 如权利要求 1 所述的社群购物平台,其中该推荐人信息包括一推荐人身份、昵称及照片,且该推荐人信息显示于该商品购买页的一推荐人信息显示区块。

9. 一种在社群购物网站上完成购物的方法,其包含步骤:

一使用者经由点选另一名使用者的一商品连接或广告商品图而进入该社群购物网站的一商品购买页;

该社群购物网站于该商品购买页显示该商品的推荐人为该使用者所点选的该商品连接或广告商品图所发布的使用者;

允许该使用者自行选择该商品的推荐人;

该使用者点选以将该商品放入购物车中;以及

进行结账程序。

10. 如权利要求 9 所述的在社群购物网站上完成购物的方法,其中在该使用者点选以将该商品放入购物车中的步骤后,该方法更包含步骤:

再次允许该使用者自行选择该商品的推荐人。

11. 如权利要求 9 所述的在社群购物网站上完成购物的方法,其中在该使用者经由点选该另一名使用者的该商品连接或广告商品图而进入该社群购物网站的该商品购买页后,该方法更包含步骤:

将拥有该用户所欲购买的商品属性最相关的商品的用户及其信息显示出来;以及
将对该商品属性相关的商品表达过兴趣的用户及其信息显示出来。

具推荐人显示及广告发布的社群购物平台及购物方法

技术领域

[0001] 本发明关于一种社群购物平台及其购物方法,尤指一种具有推荐人显示与选择系统与广告发布系统的社群购物平台及其购物方法。

背景技术

[0002] 随着高速计算机与宽带网络的到来,人们习惯于在网络上通过社群网站与朋友保持联络与分享信息。此外,随着网络购物的普遍,许多入口网站与网络商店纷纷加入电子商务的战场,以方便计算机用户通过他们的在线卖场进行消费。为了刺激在线卖场的买气,购物网站通常会推出推荐系统以引诱计算机用户,将商品的推荐网址或广告商品图,公布在其社群网站个人站台、个人博客或是实时通信软件上,以吸引朋友或是订阅其社群网站个人站台或个人博客的使用者购买推荐的商品。若是有人经由计算机用户的商品推荐网址或广告商品图在一个预定的期限内购买推荐的商品,购物网站会回馈一定比例的回馈金给推荐的计算机用户。

[0003] 前述的购物推荐系统的明显的例子为购物中心的联盟计划(affiliate program)。购物中心的联盟计划的运作方式为,计算机用户在购物中心注册并登入成为购物中心的联盟计划的会员。在会员登入后,使用者可以依照商品的名称或广告商品图挑选出欲推荐的商品,并且系统会将欲推荐的商品的购物中心的商品网址转换成一推荐网址或是商品图广告码。在获取欲推荐的商品广告码或转换好的推荐网址后,使用者可以在社群网站,例如脸谱(facebook)、推特(Twitter)、噗浪(Plurk),或是博客(或是blog)上公开欲推荐的商品广告图或欲推荐的商品网址。除此之外,用户可以通过实时通信软件(例如windowlive messenger)或是电子邮件(E-mail)或是网络论坛(web forum)公开欲推荐的商品广告码或欲推荐的商品网址。当有喜好或有兴趣的人点选了欲推荐的商品网址或欲推荐的商品广告图,而进入了购物中心,并且在一个预定的期限内完成购买,系统便会记录推荐人的会员身份。在交易完成后一个小时内,推荐人便可以查询出其推荐成功的信息,并且系统会将一定比例的回馈金(通常是商品售价的1%~6%之间)回馈给推荐者。类似的参考文献揭示于Biris等人的美国专利公开号2009/0228366。

[0004] 然而,上述的现有购物推荐系统仍然具有一些缺点。首先,现有购物推荐系统无法显示推荐人的信息给消费者。因此,消费者无从得知推荐人的信息。此外,现有购物推荐系统无法允许消费者自行选择推荐人。若是消费者经由朋友的通知而点选其他人的商品广告图或商品网址,则系统会自动记录推荐人的会员身份为消费者所点选的商品广告图或商品网址所发布的使用者,而非消费者的朋友。因此,消费者无法让想要得到现金回馈的朋友得到现金回馈,导致心中的缺憾。

[0005] 此外,现有购物推荐系统不会追踪用户所拥有的物品,并且将这些信息提供给用户的朋友。现有购物推荐系统亦无法将一用户过去与其朋友互动的众多信息中,取出与该使用者所欲购买的商品最有相关的信息,并将该信息显示出来,以影响该使用者的商品购买意向。本发明可以解决这些缺失。

发明内容

[0006] 本发明的一目的在于提出一种具有推荐人显示与选择系统的社群购物平台,其能够显示推荐人的信息给消费者。

[0007] 本发明的另一目的在于提出一种具有推荐人显示与选择系统的社群购物平台,其能够允许消费者选择推荐人。

[0008] 本发明的又一目的在于提出一种具有推荐人显示与选择系统及广告发布系统的社群购物平台,其能够追踪使用者所拥有的物品,并且将这些信息提供给用户的朋友,且能够将一使用者过去与其朋好互动的众多信息中,取出与该使用者所欲购买的商品最有相关的信息,以发布目标式广告来影响该使用者的商品购买意向。

[0009] 本发明提出一种社群购物平台,其包含一计算机网络以及一社群网站,社群网站连接至该计算机网络与多个用户,用以供多个使用者分别于其上建立一个人网页,以便彼此互相交流与分享信息。社群购物平台更包含一社群购物网站,经由计算机网络与社群网站及多个使用者连接,用以提供该多个使用者购买商品与经由该社群网站彼此互相分享购物经验。该社群购物网站包含一推荐人显示与选择系统,用以当用户登入该社群购物网站且进入一商品购买页时,显示该商品的推荐人信息于该商品购买页,并且允许该使用者选择该商品的推荐人。此外,社群购物网站包含一广告发布系统,用以当用户登入该社群购物网站且进入商品购买页时,将拥有该使用者所欲购买的商品属性最相关的商品的用户的用户及其信息显示出来,以及将该商品属性相关的商品表达过兴趣的用户及其信息显示出来。

[0010] 本发明另提出一种在社群购物网站上完成购物的方法,其包含步骤:一使用者经由点选另一名使用者的一商品连接或广告商品图而进入该社群购物网站的一商品购买页;该社群购物网站于该商品购买页显示该商品的推荐人为该使用者所点选的该商品连接或广告商品图所发布的使用者;允许该使用者自行选择该商品的推荐人;该使用者点选以将该商品放入购物车中;以及进行结账程序。

附图说明

[0011] 图 1 显示本发明的社群购物平台的系统架构图;

[0012] 图 2 显示本发明的包含推荐人显示与选择方法的购物流程步骤;

[0013] 图 3 示范性地显示包含推荐人信息显示区块的一商品购买页;

[0014] 图 4 示范性地显示包含更换推荐人列表显示区块的商品购买页;以及

[0015] 图 5 显示本发明的广告发布方法的流程步骤。

[0016] 其中,附图标记说明如下:

[0017] 100 社群购物平台;

[0018] 102 社群购物网站;

[0019] 104 社群网站;

[0020] 70 计算机网络;

[0021] 50,60 使用者;

[0022] 50a,60a 用户计算机;

[0023] 71 中央处理单元;

- [0024] 72 内存；
- [0025] 73 系统总线；
- [0026] 76 数据储存单元；
- [0027] 76a 推荐与分享系统；
- [0028] 76b 推荐人显示与选择系统；
- [0029] 76c 广告发布系统；
- [0030] 76d 数据库；
- [0031] 77 商品购买页；
- [0032] 771 推荐人信息显示区块；
- [0033] 772 更换推荐人列表显示区块；
- [0034] 773 第一广告区块；
- [0035] 774 第二广告区块。

具体实施方式

[0036] 体现本发明特征与优点的典型实施例将在后段的说明中详细叙述。应理解的是本发明能够在不同的方式上具有各种的变化,其皆不脱离本发明的权利要求范围,且其中的说明及图式在本质上是当作说明之用,而非用以限制本发明。

[0037] 本发明提出一种具有推荐人显示与选择系统及广告发布系统的社群购物平台。请参见图 1,其显示本发明的社群购物平台 100 的系统架构图。如图 1 所示,本发明的社群购物平台 100 包含社群购物网站 102、社群网站 104 以及计算机网络 70。社群购物网站 102 可供用户 50 的用户计算机 50a、用户 60 的用户计算机 60a 经由计算机网络 70 进行注册与登入以进行购物。社群网站 104 也可以供用户 50 的用户计算机 50a、用户 60 的用户计算机 60a 经由计算机网络 70 进行注册与登入来跟其他人互相交流。社群购物网站 102、社群网站 104、用户 50 的用户计算机 50a、用户 60 的用户计算机 60a 经由计算机网络 70 而互相连接。计算机网络 70 可为,例如,因特网。社群购物网站 102 架构于一服务器(未显示)上,其包括中央处理单元(CPU)71、内存 72、系统总线 73 及数据储存单元 76。中央处理单元 71 系用来执行逻辑计算与程序指令。内存 72 系用来暂时储存中央处理单元 71 所欲执行的程序指令与运算数据。中央处理单元 71、内存 72、系统总线 74 及数据储存单元 76 经由系统总线 73 互相通信。社群购物网站 102 更包含推荐与分享系统 76a、推荐人显示与选择系统 76b、广告发布系统 76c 和数据库 76d。于此实施例中,推荐与分享系统 76a、推荐人显示与选择系统 76b、广告发布系统 76c 和数据库 76d 储存于数据储存单元 76,且推荐与分享系统 76a、推荐人显示与选择系统 76b 与广告发布系统 76c 系由软件程序所构成并且由中央处理单元 71 执行该程序而实现其功能。社群网站 104 可为但不限于脸谱(facebook)、推特(Twitter)、噗浪(Plurk)、博客(或是博客, blog)、网络论坛(web forum)等。用户 50 及用户 60 可分别利用用户计算机 50a 及用户计算机 60a 经由计算机网络 70 登入到社群网站 104,而在社群网站 104 上建立个人网页以方便与朋友互动与分享信息。使用者 50 与使用者 60 在社群网站 104 乃是互为朋友的关系。此外,使用者 50 与 60 可以利用社群网站 104 的账号来登入社群购物网站 102。接下来,本发明的推荐人显示与选择系统 76b 与广告发布系统 76c 的操作将参照图 1 与图 2 和图 3 来详细说明。

[0038] 图 2 显示本发明的包含推荐人显示与选择方法的购物流程步骤。请参见图 1 与图 2。首先,用户 50 利用用户计算机 50a 登入到社群购物网站 102,例如直接登入至社群购物网站 102 或经由利用社群网站 104 的账号来登入社群购物网站 102,如步骤 201 所示。接下来,使用者 50 在社群购物网站 102 购买商品,并且经由该社群购物网站 102 的推荐与分享功能而可选择在社群网站 104 的个人网页以文章及推荐网址或商品图广告推荐所购买的商品,如步骤 202 所示。于此步骤中,当该社群购物网站 102 于该使用者 50 选择执行该推荐与分享功能时,该社群购物网站 102 的推荐与分享系统 76a 会自动产生包含有一推荐人标识符的推荐网址并记录之,并且允许该使用者 50 将该商品以一商品连接或广告商品图推荐与分享于社群网站 104 的个人网页。接下来,使用者 60 浏览了使用者 50 在社群网站 104 的个人网页上对所推荐商品相关的文章,并且对使用者 50 在社群网站 104 的个人网页所推荐的商品感到兴趣,而点选了所推荐的商品的推荐网址或商品图广告,如步骤 203 所示。接下来,使用者 60 进入到社群购物网站 102 的推荐商品购买页,并且社群购物网站 102 会依据包含该推荐人标识符的推荐网址而自动判断与记录用户 60 所点选的商品广告图或商品网址为使用者 50 发布,并且将使用者 50 设定为预设推荐人,如步骤 204 所示。接下来,推荐人显示与选择系统 76b 会启动以将默认推荐人信息显示出来,包含但不限于预设推荐人的身份、昵称与照片,如步骤 205 所示。在此实施例中,使用者 50 为预设推荐人,因此使用者 50 的身份、昵称与照片等推荐人信息将会显示于一商品购买页 77 的一推荐人信息显示区块 771,如图 3 所示。接下来,推荐人显示与选择系统 76b 会允许用户 60 决定是否要更换推荐人为其他人或自己,如步骤 206 所示。若使用者 60 决定要更换推荐人为其他人或自己,程序进行到步骤 207 以由使用者 60 选择更换推荐人,并且程序继续进行到步骤 208。于此实施例中,社群购物网站 102 会自动将其他推荐人信息显示于商品购买页 77 的一更换推荐人列表显示区块 772,藉此以供使用者 60 选择与更换,如图 4 所示。若使用者 60 不想要更换推荐人为其他人或自己,程序继续进行到步骤 208。在步骤 208 中,使用者 60 点选购买或将商品放入购物车的连接。接下来,推荐人显示与选择系统 76b 会再次启动以允许使用者 60 决定是否要更换推荐人为其他人或自己,如步骤 209 所示。若使用者 60 决定要更换推荐人为其他人或自己,程序进行到步骤 210 以由使用者 60 选择更换推荐人,并且程序继续进行到步骤 211。若使用者 60 不想要更换推荐人为其他人或自己,程序继续进行到步骤 211。在步骤 211 中,社群购物网站 102 会对用户 60 进行结账程序,以完成对推荐商品的购买。

[0039] 图 5 显示本发明的广告发布方法的流程步骤。请参见图 1、图 2 与图 5。广告发布系统 76c 会追踪每个使用者在社群购物网站 102 上的购买行为,并且记录每个用户经由社群购物网站 102 上的购买行为所拥有的商品。此外,广告发布系统 76c 亦会追踪并且记录每个用户过去与其朋友(其他使用者)互动而产生的多个信息,其中这些信息包括对某些商品表达过兴趣或喜好程度的动作状态所产生的信息,该多个动作状态包括但不限于“曾提过问题”、“曾回答过问题”、“曾发表文章且其内文包含例如想要或喜欢”等关键词。这些记录会储存在数据库 76d 中,如步骤 301 所示。当使用者 60 登入社群购物网站 102 并且进入有喜好或兴趣的商品购买页时,如步骤 302 所示,广告发布系统 76c 会分析数据库 76d 中的记录,并且将拥有使用者 60 所欲购买的商品属性最相关的商品的推荐人及其信息显示出来,以提供给使用者 60 作为参考,如步骤 303 所示。于此实施例中,广告发布系统 76c 可将拥有

使用者 60 所欲购买的商品属性最相关的商品的广告显示于商品购买页 77 的第一广告区块 773, 例如标题“看谁也拥有相关商品”的广告区块, 如图 3 及图 4 所示。接下来, 广告发布系统 76c 会分析数据库 76d 中的纪录, 并且将对用户 60 所欲购买的商品属性相关的商品表达过兴趣或喜好程度的用户及其信息显示出来, 以提供给使用者 60 作为参考, 如步骤 304 所示。于此实施例中, 广告发布系统 76c 将对用户 60 所欲购买的商品属性相关的商品表达过兴趣的用户信息以及该多个相关商品的名称与信息一同显示于商品购买页 77 的第二广告区块 774, 例如标题“你可能感兴趣的商品”的广告区块, 如图 3 及图 4 所示。整个程序结束于步骤 305。

[0040] 需注意的是, 第一广告区块 773 与第二广告区块 774 也可以经由计算机网络 70 发布在另一社群购物网站(未显示)、其他人的使用网站(或称第三方网站)(未显示)或是发布在社群网络 104 的个人网页上(例如他人的脸谱网页、推特网页、噗浪网页、个人博客, 或是网络论坛等)。其中, 该多个欲布广告的网站与社群购物网站 102 连接且允许彼此间传递有关商品与用户信息。举例而言, 当一使用者浏览他人的个人博客时, 且于该博客网页上有对某商品的评论与照片等信息, 第一广告区块 773 及第二广告区块 774 则可显示于该博客网页上, 藉此以利用推荐式及目标式广告来影响该使用者的商品购买兴趣与意向, 进而促使该使用者连接至社群购物网站 102 进行在线购物。

[0041] 综合上述, 本发明提出一种具有推荐人显示与选择系统及广告发布系统的社群购物平台。该社群购物平台 100 包含社群购物网站 102、社群网站 104 以及计算机网络 70。社群购物网站 102 具有数据储存装置, 其内部包含推荐人显示与选择系统及广告发布系统。推荐人显示与选择系统可在当用户 60 经由使用者 50 在社群网站上的推荐商品连接而进入社群购物网站的商品购买页时, 显示推荐人(用户 50)信息于该商品购买页, 并且允许使用者 60 选择其他使用者或自己成为推荐人。广告发布系统可在当用户进入社群购物网站的商品购买页时, 将拥有该项商品或相关商品的广告及其信息显示出来, 以及对用户 60 所欲购买的商品属性相关的商品表达过兴趣或喜好程度的用户及其信息显示出来。藉此, 使用者可自行决定推荐人, 亦即使用者可自行决定商品购买完成后的回馈金要给予哪个人。此外, 在使用者进入商品购买页时, 可以追踪使用者朋友所拥有的物品, 并且将这些信息提供给用户, 使得使用者与朋友之间可以彼此分享购物的经验, 且能够将使用者过去与其朋好互动的众多信息中, 取出与该使用者所欲购买的商品最有相关的信息, 以发布目标式广告来影响该使用者的商品购买意向。

[0042] 本发明得由本领域技术人员士任施匠思而为诸般修饰, 然皆不脱如附申请专利权利要求范围所欲保护者。

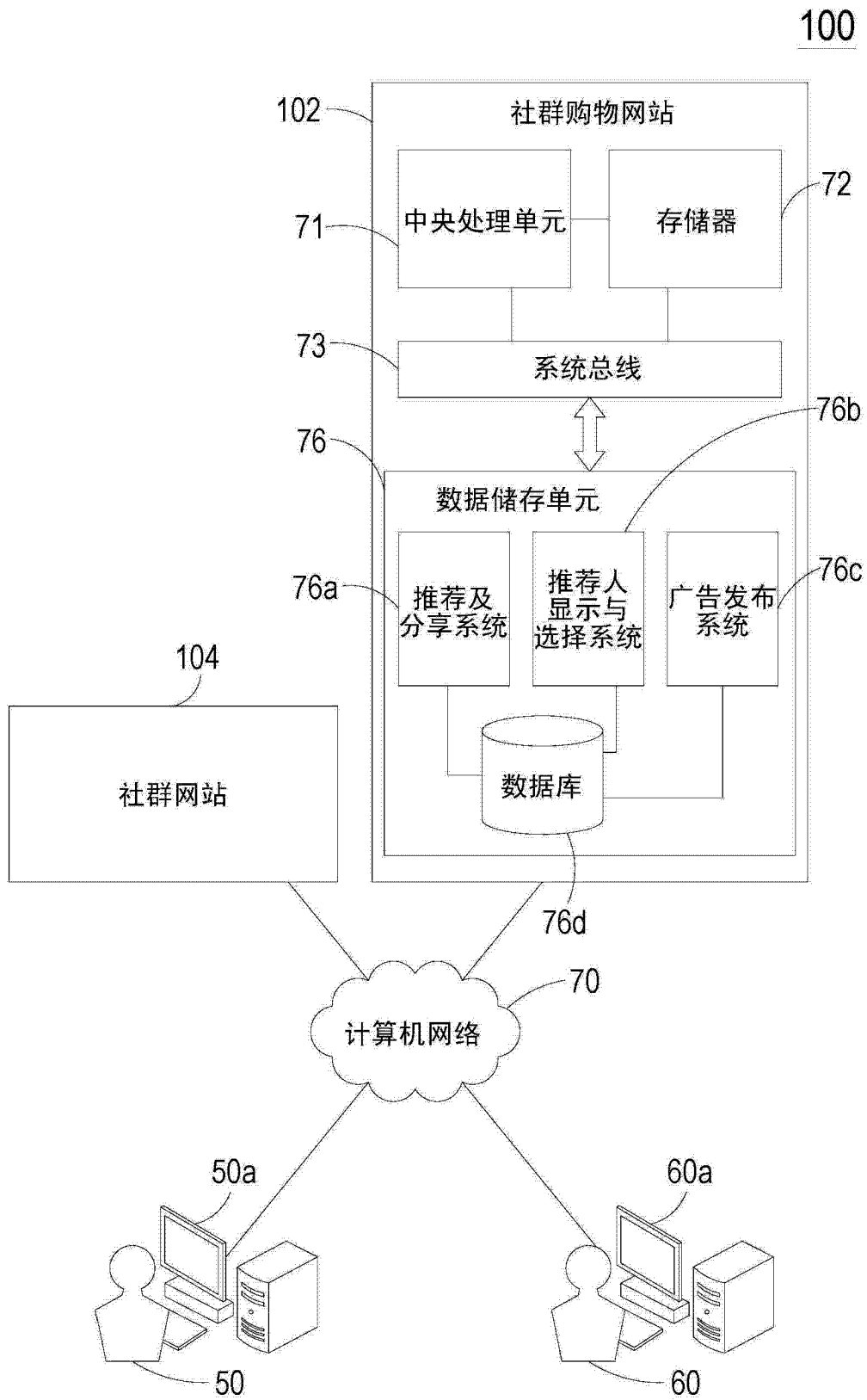


图 1

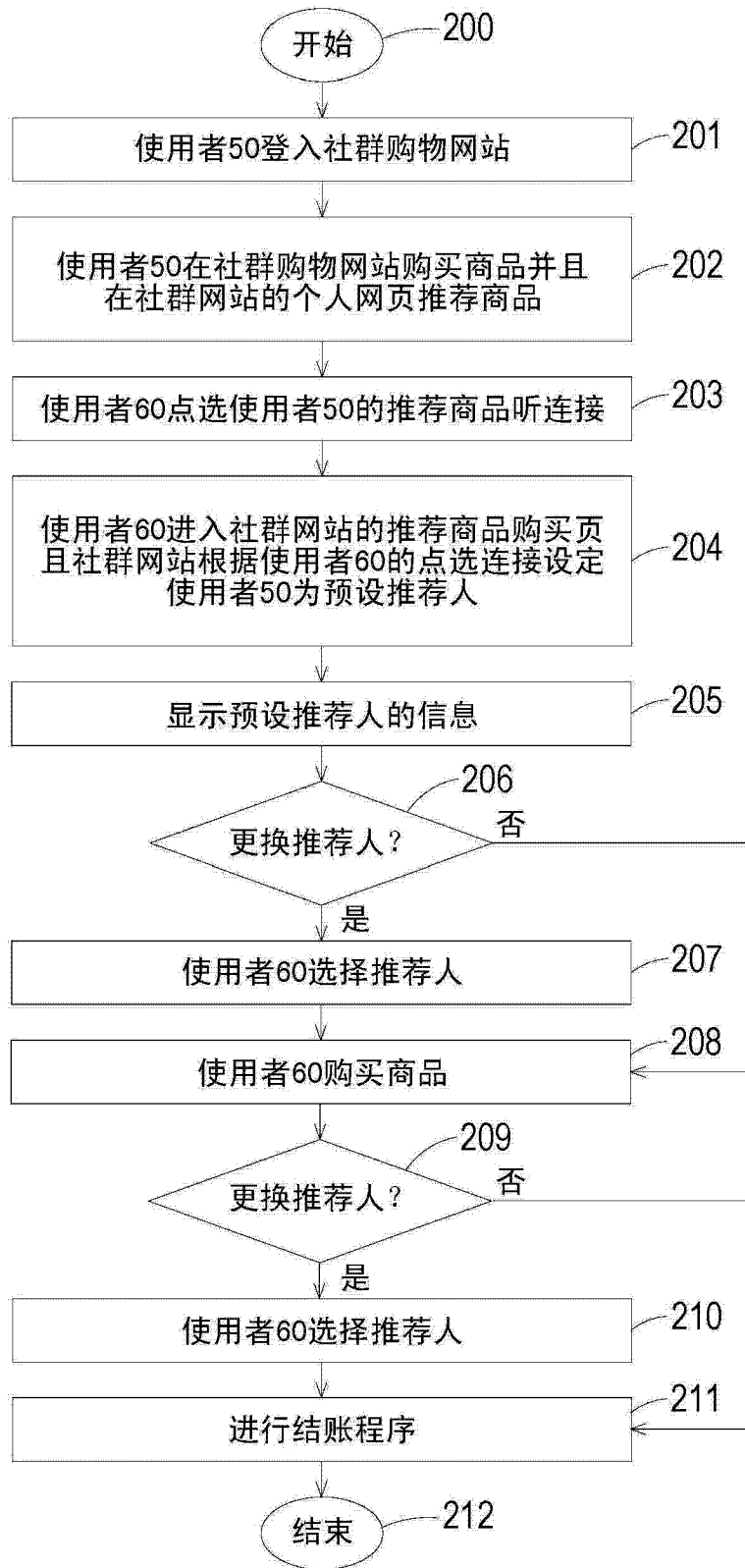


图 2

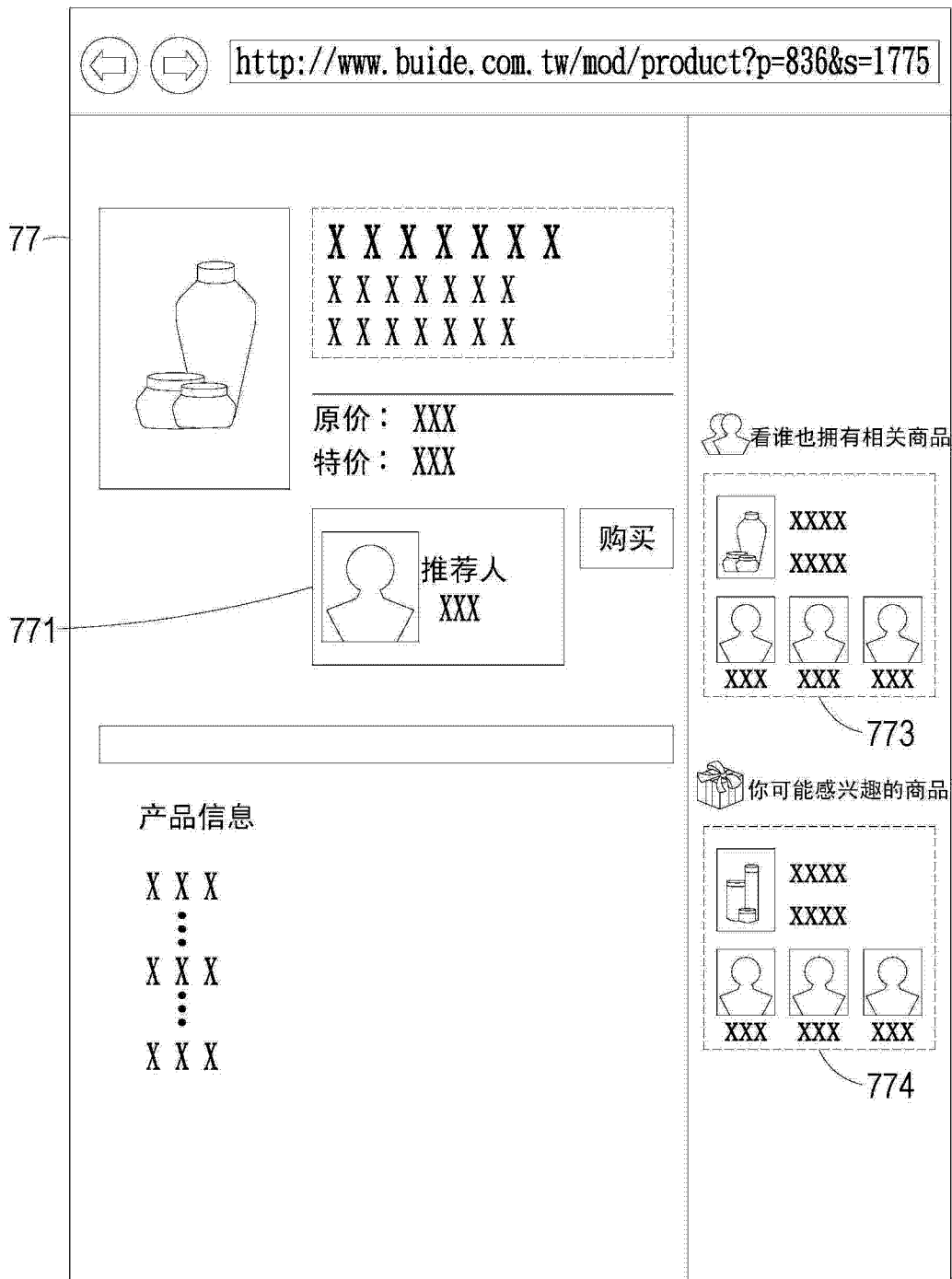


图 3

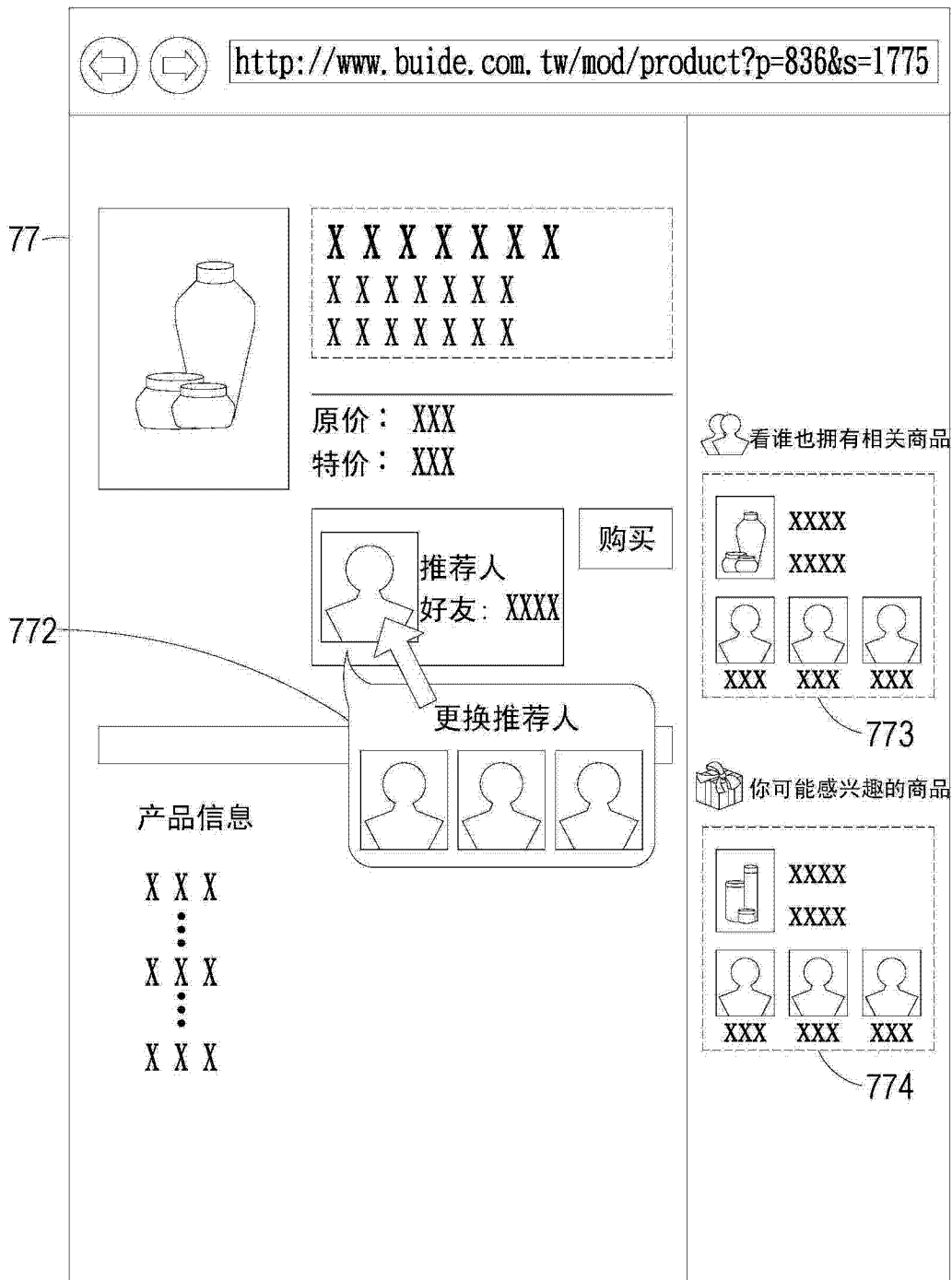


图 4

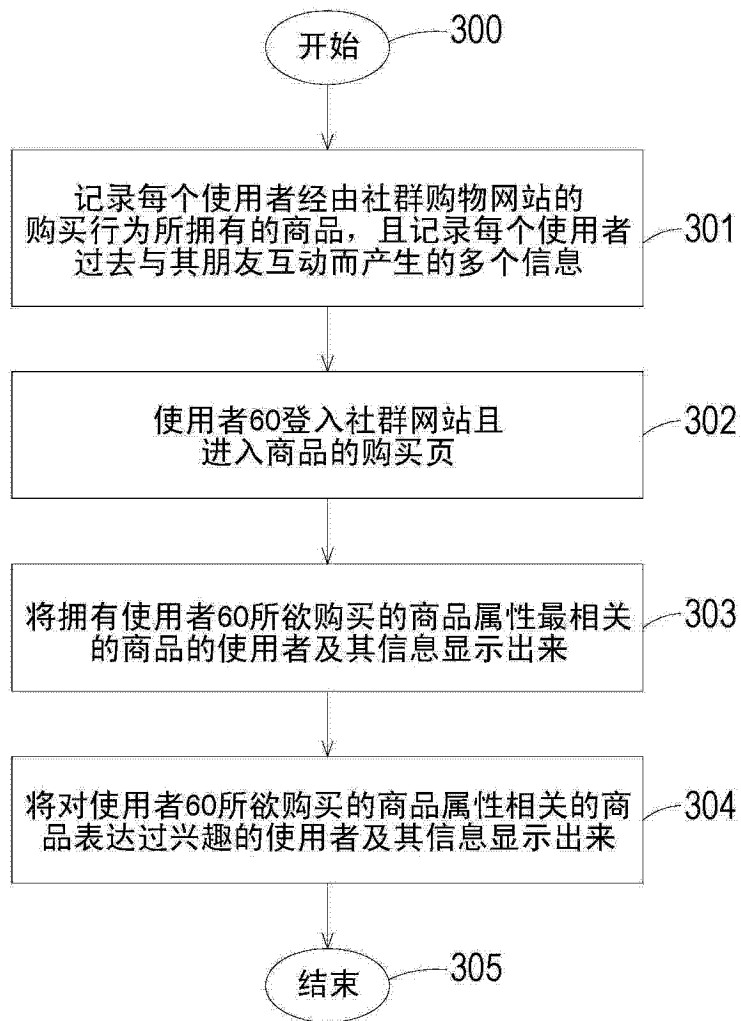


图 5