

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 公表特許公報(A)

(11) 特許出願公表番号

特表2016-513850
(P2016-513850A)

(43) 公表日 平成28年5月16日(2016.5.16)

(51) Int. Cl.		F I		テーマコード (参考)
G06Q 30/06 (2012.01)		G06Q 30/06	140G	5L049
G06Q 30/02 (2012.01)		G06Q 30/02	150	

審査請求 未請求 予備審査請求 未請求 (全 21 頁)

(21) 出願番号 特願2016-502706 (P2016-502706)
 (86) (22) 出願日 平成26年3月14日 (2014. 3. 14)
 (85) 翻訳文提出日 平成27年11月11日 (2015. 11. 11)
 (86) 国際出願番号 PCT/US2014/028117
 (87) 国際公開番号 W02014/143930
 (87) 国際公開日 平成26年9月18日 (2014. 9. 18)
 (31) 優先権主張番号 13/840, 776
 (32) 優先日 平成25年3月15日 (2013. 3. 15)
 (33) 優先権主張国 米国 (US)

(71) 出願人 515259959
 ティーティーエヌ・ホールディングス、リ
 ミテッド・ライアビリティ・カンパニー
 アメリカ合衆国ニューヨーク州10022
 , ニュー・ヨーク, パーク・アヴェニュー
 400, スウィート 610
 (74) 代理人 100099623
 弁理士 奥山 尚一
 (74) 代理人 100096769
 弁理士 有原 幸一
 (74) 代理人 100107319
 弁理士 松島 鉄男
 (74) 代理人 100114591
 弁理士 河村 英文

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 自動化されたマスメディア商取引のシステム及び方法

(57) 【要約】

広告時点での購入を実施するシステム及び方法は、サービス、製品、又は無線周波数識別タグ11等からのベンダ送信可能信号のために構成されているか又はそれらを含むマスメディア発行物10を用いることを含む。好ましい構成では、マスメディア発行物10の広告を認識した消費者は、スマートモバイルフォン又はセルラフォン等のポータブル通信デバイス4におけるリーダ24をアクティブにして、広告に関連付けられた無線周波数信号から情報を受信し、無線周波数識別情報と関連付けられたベンダ、製品又はサービスを識別することができる。消費者のスマートモバイルフォン又は通信デバイス4は、ネットワーク6を介して商取引データ編成システム8を経由して1以上のベンダのシステム12と通信し、無線周波数識別情報11からの情報を用いることにより、ネットワーク6を介してベンダのシステム12から製品又は製品情報を注文することができる。

【選択図】 図1

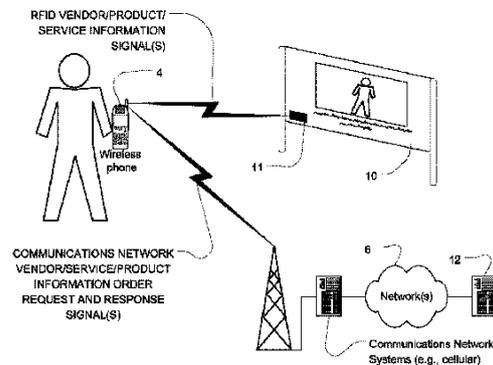


FIG. 1

【特許請求の範囲】**【請求項 1】**

消費者から広告主への無線要求に対し、ネットワークを介して応答する方法であって、前記無線要求は、ベンダによって提供されるサービス又は製品についての、人間が認識可能な広告と関連付けられ、前記広告は、少なくとも1つのRFID送信機と関連付けられているとともに、前記ベンダによって提供される前記サービス又は前記製品に関する情報を表す無線送信識別信号と関連付けられ、前記無線送信識別信号は、前記広告と関連付けられている前記RFID送信機から送信されるものであって、

前記ネットワークを介して無線注文デバイスから電子的消費者要求を商取引データ編成システムが受信するステップであって、前記電子的消費者要求は、前記広告と関連付けられた前記RFID送信機からの前記無線送信識別信号を介して前記無線注文デバイスのRFIDリーダデバイスによって受信された、前記ベンダによって提供される前記サービス又は前記製品に関する電子的情報を有するものである、ステップと、

前記電子的消費者要求に対する前記商取引データ編成システムからの応答を生成するステップであって、前記応答は、前記ベンダによって提供される前記製品又は前記サービスに関する、前記無線注文デバイスにおいて受信された前記情報と関連付けられているとともに、前記商取引データ編成システムの追加条件データと更に関連付けられており、前記追加条件データは、前記RFID送信機からの前記無線送信識別信号を伴う電子的消費者要求に対する応答を変更することができるものである、ステップと、

前記RFID送信機から読み取られた、前記ベンダによって提供される前記サービス又は前記製品に関する前記情報と関連付けられた情報を、前記ネットワークを介して前記無線注文デバイスに提供することによって、前記電子的消費者要求に対する前記応答を送信するステップと

を含む方法。

【請求項 2】

前記追加条件データの一部は、前記無線注文デバイスから受信されるものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 3】

前記追加条件データは、ベンダ在庫データを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 4】

前記追加条件データは、ベンダトラフィックデータを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 5】

前記追加条件データは、配送コストデータを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 6】

前記追加条件データは、配送時間データを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 7】

前記追加条件データは、顧客紹介奨励オファーデータを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 8】

前記追加条件データは、品目人気度データを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 9】

前記追加条件データは、ベンダ地理的近接性データを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 10】

前記応答は、前記無線注文デバイスの地理的ロケーションに近接した複数のベンダの識別情報を含むものである、請求項 9 に記載の方法。

【請求項 11】

前記追加条件データは、無線注文デバイスの地理的ロケーションデータを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

10

20

30

40

50

【請求項 1 2】

前記無線注文デバイスから前記追加条件データを受信するステップを更に含む請求項 1 に記載の方法。

【請求項 1 3】

前記追加条件データは、支払いアカウント識別データを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 1 4】

前記追加条件データは、消費者取引履歴データを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 1 5】

前記追加条件データは、消費者アフィニティデータを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 1 6】

R F I D 送信機から送られた前記信号に基づいて情報要求を追跡するステップを更に含み、前記追加条件データは、前記追跡するステップにより導き出されるデータを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 1 7】

前記追跡するステップは、顧客情報要求の日付及び時刻を保持するステップを含むものである、請求項 1 6 に記載の方法。

【請求項 1 8】

前記追跡するステップは、ベンダのロケーションを保持するステップを含むものである、請求項 1 6 に記載の方法。

【請求項 1 9】

前記追跡するステップは、顧客購入を保持するステップを含むものである、請求項 1 6 に記載の方法。

【請求項 2 0】

前記追跡するステップは、顧客アカウント情報を保持するステップを含むものである、請求項 1 6 に記載の方法。

【請求項 2 1】

前記電子的消費者要求に対する応答を生成するステップは、複数のベンダ付け値から最も低い消費者価値を有するベンダ付け値を選択するステップを含むものである、請求項 1 6 に記載の方法。

【請求項 2 2】

前記電子的消費者要求に対する応答を生成するステップは、複数のベンダ付け値から最も高いベンダ手数料を有するベンダ付け値を選択するステップを含むものである、請求項 1 6 に記載の方法。

【請求項 2 3】

前記電子的消費者要求に対する応答を生成するステップは、最も低い消費者価値及び最も高いベンダ手数料をそれぞれ有する複数のベンダ付け値から選択するステップを含むものである、請求項 1 6 に記載の方法。

【請求項 2 4】

消費者から広告主への無線要求に対し、ネットワークを介して応答するシステムであって、前記無線要求は、ベンダによって提供されるサービス又は製品についての、人間が認識可能な広告と関連付けられ、前記広告は、少なくとも 1 つの R F I D 送信機と関連付けられているとともに、前記ベンダによって提供される前記サービス又は前記製品に関する情報を表す無線送信識別信号と関連付けられ、前記無線送信識別信号は、前記広告と関連付けられている前記 R F I D 送信機から送信されるものであって、

前記ネットワークを介して無線注文デバイスから電子的消費者要求を受信する商取引データ編成システムを備え、前記電子的消費者要求は、前記広告と関連付けられた前記 R F I D 送信機からの前記無線送信識別信号を介して前記無線注文デバイスの R F I D リーダ

10

20

30

40

50

デバイスによって受信された、前記ベンダによって提供される前記サービス又は前記製品に関する電子的情報を有するものであり、

前記商取引データ編成システムは、前記電子的消費者要求に対する応答を生成するものであり、前記応答は、前記ベンダによって提供される前記製品又は前記サービスに関する、前記無線注文デバイスにおいて受信された前記情報と関連付けられているとともに、前記商取引データ編成システムの追加条件データと更に関連付けられており、前記追加条件データは、前記 R F I D 送信機からの前記無線送信識別信号を伴う電子的消費者要求に対する応答を変更することができるものであり、

前記商取引データ編成システムは、前記 R F I D 送信機から読み取られた、前記ベンダによって提供される前記サービス又は前記製品に関する前記情報と関連付けられた情報を、前記ネットワークを介して前記無線注文デバイスに提供することによって、前記電子的消費者要求に対する前記応答を送信するものである、システム。

10

【請求項 25】

前記追加条件データは、R F I D タグの地理的ロケーションデータを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 26】

前記追加条件データは、ユーザによって入力されたデータを含むものである、請求項 1 に記載の方法。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

20

【0001】

本技術は、無線商取引システムに関する。より具体的には、本技術は、マスメディア発行物 (mass media publication) を伴う、普及した商取引 (commerce) を可能にする広告時点無線商取引システム (point of advertising wireless commerce system) に関する

。

【0002】

[関連出願の相互参照]

本出願は、2013年3月15日に提出された米国特許出願第13/840,776号の利益を主張するものである。この米国特許出願第13/840,776号は、2012年11月9日に提出された米国特許出願第13/673,424号の一部継続出願である。この米国特許出願第13/673,424号は、2011年6月29日に提出されて、2012年11月20日に米国特許第8,315,914号として発行された米国特許出願第13/172,122号の継続出願である。この米国特許出願第13/172,122号は、2010年5月14日に提出されて、2011年8月2日に米国特許第7,991,644号として発行された米国特許出願第12/780,053号の継続出願である。この米国特許出願第12/780,053号は、2004年11月12日に提出されて、2010年6月15日に米国特許第7,739,150号として発行された米国特許出願第10/987,823号の継続出願である。この米国特許出願第10/987,823号は、2004年3月12日に提出された米国仮特許出願第60/552,472号の出願日の利益を主張するものである。以上の出願の開示内容は、引用することによって本明細書の一部をなすものとする。

30

40

【背景技術】

【0003】

従来から、サービス及び製品のベンダは、マスメディアを利用して、自らの製品を広告している。このため、ベンダは、雑誌、カタログ、広告板、新聞紙、ラジオ放送又はテレビ放送の発行物に、サービス又は製品を表示する広告を掲載している。広告は、潜在的な消費者の関心を引き付けることを目的としている。しかしながら、広告の段階から先に進むには、消費者による多くの努力が必要とされる。

【0004】

広告された製品又はサービスへの何らかの関心が消費者によって追求される場合、消費

50

者は通常、広告された情報を思い出さなければならない。広告が電話番号等のコンタクト情報を含む状況では、消費者は、固定電話、ワイヤレスフォン、又はセルラフォンを用いて広告内の情報から電話番号をダイヤルして、ベンダにコンタクトすることができる。しかし、広告の時点から、ベンダからの実際の購入に至るまでの消費者によって必要とされる努力の量は、ベンダには不利に働く可能性がある。消費者は、当該消費者が広告を認識した後、時間が経過するにつれて、電話番号、URL、又は他の行動のきっかけ（call to action：行動喚起）を容易に忘れる可能性もあれば、広告された製品又はサービスに対する関心を簡単に失う可能性もある。

【発明の概要】

【0005】

本技術は、消費者が広告を認識した時点から広告に回答するか又は別の方法でベンダにコンタクトする方法を改善する自動化されたシステムに関する。1つの形態では、マスメディア発行物（mass media publication）からネットワークを介してベンダからの無線注文を処理するシステムは、広告を有するマスメディア発行物を有している。このマスメディア発行物は、広告の情報を表す無線識別送信信号を有する。このシステムでは、リーダを備えたモバイル注文デバイスが、マスメディア発行物から無線識別送信信号を受信する。このモバイル注文デバイスは、消費者からの入力を受け付け、無線識別送信信号からの情報を有する要求を生成し、この要求を、ネットワークを介してベンダシステムに送るとともにベンダシステムからネットワークを介して回答を受信するようにも構成されている。このシステムは、モバイル注文デバイスの要求を、ネットワークを介して受信して処理するとともに、情報をモバイル注文デバイスに送信することによってこの要求に回答するベンダシステムも備えている。送信された情報は、マスメディア発行物からの無線識別送信信号と関連付けられる。

【0006】

本技術は、消費者からベンダへの無線注文を、マスメディア発行物からネットワークを介して行う方法も含む。消費者は、認識可能な広告を有するマスメディア発行物を検討する。マスメディア発行物は、広告と関連付けられたベンダ又は製品についての情報を表す無線送信識別信号を含む。消費者は、この無線送信識別信号を受信するように構成されたポータブル通信デバイスを用いて、この無線送信識別信号の受信を開始することができる。次に消費者は、ポータブル通信デバイスを用いて、通信ネットワークの無線リンクを介してベンダから情報を得る要求を、この要求が無線送信識別信号からの情報を含むものとなるように生成することができる。次に消費者は、この消費者の要求に対する回答をベンダから通信ネットワークの無線リンクを介してポータブル通信デバイスにおいて受信し、製品について追加の情報を得るか又はこの要求において行われた購入を確認する。

【0007】

本技術は、消費者からベンダへの無線注文をマスメディア発行物からネットワークを介して行うハンドヘルド装置も含むことができる。この装置は、ベンダシステムとネットワークを介して通信する無線信号を送受信する送受信機を備えている。この装置は、ベンダ又は製品とともに無線周波数識別子を含む、マスメディア発行物から送信されたベンダ情報又は製品情報を読み取るように構成されたリーダデバイスも備えている。この無線周波数識別子は、マスメディア発行物の広告と関連付けられている。送受信機及びリーダデバイスに接続されたこの装置の制御プロセッサは、リーダデバイスを用いてマスメディア発行物の無線周波数識別子の読取りを開始する、装置のユーザによる入力を受け付けるように構成されている。制御プロセッサは、無線周波数識別子を有する、ベンダ又は製品についての情報の要求を更に生成し、送受信機を用いて、この要求をベンダシステムに送る。制御プロセッサは、ベンダシステムからの情報を有する回答の受信も制御する。

【0008】

別の形態では、本技術は、ベンダが消費者からの無線注文をマスメディア発行物からネットワークを介して取る方法も含む。ベンダは、製品又はサービスをマスメディア発行物に広告する。このマスメディア発行物は、広告された製品又はサービスと関連付けられた

10

20

30

40

50

情報を有する無線周波数識別子を有するように構成される。この無線周波数識別子は、消費者に入手可能なポータブル無線通信デバイスによって読取り可能である。ベンダは、ベンダシステムを、ポータブル無線通信デバイスを用いてネットワークを介して消費者から電子的注文を受信するように構成する。この注文は、無線周波数識別子からの情報を有する要求に基づいている。ベンダシステムは、無線周波数識別子と関連付けられた更なる製品情報又はサービス情報を有する。次に、ベンダは、この更なる情報を消費者に提供することによって、消費者からの注文に回答することができる。

【0009】

別の形態では、本技術は、消費者の無線注文に対する回答を動的及び自動的に生成する方法を含む。商取引データ編成システムは、回答を適合させる追加条件データ (supplemental condition data) にアクセスすることができ、このため、種々のユーザを代表して送信された同じ要求に対する回答を変更することを可能にすることができる。加えて、回答は、消費者利益値付け (consumer benefit bidding) 又はベンダ利益値付け (vendor benefit bidding) に基づいてカスタマイズすることができ、この場合、回答は、消費者利益の値及び / 又はベンダによって支払われた広告手数料に応じて変動する場合がある。

10

【0010】

更に別の形態では、本技術は、ベンダによって提供されるサービス又は製品の消費者の無線要求に回答する自動化された方法及びシステムを含む。この無線要求は、人間が認識可能な広告と関連付けられている。この広告は、ベンダによって提供されるサービス又は製品に関する情報を表す無線送信識別信号を送信するRFID送信機と関連付けられている。

20

【0011】

このシステム及び方法は、電子的消費者要求を無線注文デバイスから商取引データ編成システムにおいて受信することを含む。次に、この商取引データ編成システムは、製品又はサービスに関する情報と関連付けられているとともに、追加条件データと更に関連付けられた回答を生成する。追加条件データは、電子的消費者要求に対する回答を変更することを可能にするものである。一例として、回答は、無線注文デバイスの地理的ロケーションに近接した複数のベンダを含んだものとするすることができる。

【0012】

追加条件データは、無線注文デバイスから全体的又は部分的に受信することができる。追加条件データは、ベンダ在庫データ、ベンダトラフィックデータ、配送コストデータ、配送時間データ、顧客紹介奨励オファーデータ、品目人気度データ、支払いアカウント識別データ、消費者取引履歴データ、消費者アフィニティ (affinity) データ、ベンダ地理的近接性データ、又は無線注文デバイスの地理的ロケーションデータを含んだものとするすることができる。追加条件データは、顧客情報要求の日付及び時刻、ベンダのロケーション、顧客購入、顧客アカウント情報を追跡及び保持することにより導き出されるデータも含むことができる。

30

【0013】

本技術は、複数のベンダ付け値の中から選択することに基づいて回答を生成することも含む。この選択は、最も低い消費者価値を有するもの、最も高いベンダ手数料を有する付け値、又は最も低い消費者価格及び最も高いベンダ手数料を有する付け値に基づくことができる。

40

【0014】

1つの形態では、マスメディア発行物は、ベンダ又は製品を識別する少なくとも1つの無線周波数識別タグを有する印刷された発行物である。ただし、多くのそのような識別情報又はタグは、異なるベンダ又は製品に用いることができる。マスメディア発行物は、1つ又は複数の無線周波数識別子又はRFIDタグを有する広告板、定期発行物、雑誌、郵送パンフレット又は郵便はがき等とすることもできる。好ましい形態では、モバイル注文通信デバイス又は消費者通信デバイスは、モバイル電話、ワイヤレス電話、セルラ電話、及び / 又は音声通信及びデータ通信を備えた「スマート」電話でもある。

50

【 0 0 1 5 】

本技術の追加の態様は、図面と以下の開示内容と特許請求の範囲との検討から明らかであろう。

【 図面の簡単な説明 】

【 0 0 1 6 】

【 図 1 】 広告板におけるマスメディア発行物から送信されたベンダ製品識別信号を受信する好ましい広告時点無線注文デバイスを有する消費者を示す説明図である。

【 図 2 】 無線注文デバイスにおける好ましい広告時点注文アプリケーションを示す説明図である。

【 図 3 】 広告時点注文デバイスを備えた無線マスメディア商取引 (mass media commerce) システムの好ましい構成要素を有する一例示の実施形態のネットワーク図である。

【 図 4 】 無線マスメディア商取引システムを実現する好ましいステップのフローチャートである。

【 図 5 】 地理的に近接したベンダを含む応答を生成する例示のステップのフローチャートである。

【 図 6 】 腐りやすい品目に対する時間的制約のあるオファーを含む応答を生成する例示のステップのフローチャートである。

【 図 7 】 過剰在庫一掃を含む応答を生成する例示のステップのフローチャートである。

【 図 8 】 ベンダが値付けする応答を生成する例示のステップのフローチャートである。

【 発明を実施するための形態 】

【 0 0 1 7 】

図面を参照する。図において、同様の参照符号は同様の特徴を示す。電子商取引用の広告時点注文システム (point of advertising ordering system) 2 は通常、ラップトップコンピュータ、ハンドヘルドコンピュータ、若しくはパームコンピュータ、携帯情報端末 (PDA)、又はスマートモバイルフォン、ワイヤレスフォン、若しくはセルラ電話等の他のプログラム可能入出力処理デバイス等の、モバイル消費者に好ましくはアクセス可能な無線注文デバイス 4 を備えている。消費者がアクセス可能な広告時点注文デバイス 4 は、情報又は製品及びサービスを 1 つ又は複数のベンダに注文する目的で、1 つ又は複数の通信メカニズムを介して他のシステム又はコンピュータに接続又はネットワーク化するように構成されている。このような通信リンクは、電話線、ケーブル、又は接触に基づく (例えば、クレードル) フックアップ等の物理接続として部分的に実施することができるが、好ましい実施形態では、注文デバイス 4 は少なくとも、当該デバイスを無線通信チャネルを介して他のシステムにリンクすることができる通信メカニズムを備えている。

【 0 0 1 8 】

例えば、このデバイスは、ワイヤレスフィデリティ (W i F i (登録商標)) ネットワーキング (無線ネットワーク) 用、B l u e t o o t h (登録商標) ネットワーキング (無線ネットワーク) 用、及び / 又は送受信機を用いてデータ及び / 又は音声を送信するモバイル電話ネットワーク (例えば、汎用パケット無線サービス (General Packet Radio Service, G P R S) 又は他の無線サービスのネットワーク) を介した通信用に構成することができる。そのようなネットワーク化された通信は、相互ネットワーク (an i n t e r n e t) 又はインターネット (the Internet) 等の開放型ネットワークを含む 1 つ又は複数のネットワーク 6 を介した信号又はメッセージの転送を含み、好ましくは、そのような信号又はメッセージは暗号化される。本明細書においてより詳細に説明するように、無線注文デバイス 4 は、好ましくは、ベンダ情報、製品情報、又はサービス情報をマスメディア発行物 4 から決定するリーダメカニズムも備えている。

【 0 0 1 9 】

広告時点注文システム 2 は、マスメディア発行物 1 0 をも備えている。このマスメディア発行物 1 0 は、当該マスメディア発行物 1 0 の広告と関連付けられている製品、サービス及び / 又はベンダ情報の信号を送信するものである。好ましくは、マスメディア発行物は、無線周波数識別技術 (radio frequency identification technology, R F I D) に

よりそのような情報を送信する。例えば、超薄型トランスポンダタグ 1 1 等の R F I D 技術をマスメディア発行物内に挿入、適用、又は内蔵することができ、ベンダ、製品又はサービスの、人間が認識可能な広告と関連付けることができる。R F I D は、ベンダ、製品、及び / 又はサービス（すなわち、商取引情報）を識別する情報を含む。好ましくは、ベンダ、製品、及び / 又はサービスも、広告に含めることも、提示することも、記載することもできる。R F I D タグの例では、ベンダ情報、製品情報、及び / 又はサービス情報又は商取引信号の送信は、アクティブ型とすることもできるし、パッシブ型とすることもできる。

【 0 0 2 0 】

R F I D 送信は、アクティブ型若しくはパッシブ型のタグ、送信機、又は送受信機等の任意の低エネルギー無線通信又は近傍無線通信又は近接無線通信とすることができる。この送信には、ベンダ名、例えば、電話番号、ネットワークアドレス、メールアドレス等を含むベンダコンタクト情報、数量情報、コスト、価格、製品のタイプ、サービスのタイプ等の特定のベンダ情報、製品情報、及び / 又はサービス情報と関連付けることができる特定の単数又は複数の番号を含めることができる。このため、信号により送信された番号は、情報を要求若しくは注文するか又は購入を行うのに用いられる際に、本明細書においてより詳細に説明するように、データベースに記憶された関連情報にアクセスするために用いることができる。

10

【 0 0 2 1 】

図 1 ~ 図 3 に示しているように、R F I D 及び他の広告を含むマスメディア発行物の例は、全体的又は部分的に無線伝送（例えば、電波伝送又は衛星）を介して送信されるか及び / 又はケーブル伝送を介して送信されるかを問わず、雑誌、新聞、定期発行物、郵送パンフレット、郵便はがき、アウトドアメディア若しくは家庭外メディア、広告板、バス待合所ポスタボード、車内広告、テントカード、カタログ、又はラジオ通信若しくはテレビ通信等の放送メッセージとすることができる。例えば、雑誌は、1 つ又は複数の R F I D タグを備えることができ、各 R F I D タグは、特定の製品、サービス、又はベンダと関連付けられる。各タグは、雑誌において、人間が認識可能な広告の近くに配置することができる。別の例では、ケーブル、衛星、又はそれ以外のものによって接続されたラジオ又はテレビは、再プログラム可能なタグ又はデバイスを備えるか又は取り付けことができ、このタグ又はデバイスは、ラジオ又はテレビ及び当該タグ又はデバイスによって受信された放送信号の内容に応じて当該タグ又はデバイスから異なる R F I D を再送信するように変更可能とすることができる。

20

30

【 0 0 2 2 】

ベンダは、消費者サービス又は商取引の通信を提供する任意のエンティティとすることができる。ベンダは、例えば、製造業者、広告主、小売業者、又はこれらのものの全てとすることができる。幾つかの場合には、ベンダは、広告主及び小売業者の双方として自動化されたメディア商取引から利益を得る。

【 0 0 2 3 】

一般に、広告時点注文システム 2 は、1 つ又は複数のベンダシステム 1 2 等の商取引関連システムをも備えることができる。一般に、ベンダシステム 1 2 は、ネットワーク 6 によってアクセス可能であり、マスメディア発行物 1 0 に含まれる広告及びマスメディア発行物 1 0 によって作動される関連付けられた商取引信号に含まれる広告と関連付けることができる。ベンダシステム 1 2 は、ベンダ / 製品 / サービス情報の要求を受信又は処理すること及びそれらに回答することができることが好ましい。このため、通常の構成では、商取引システム 1 2 は、より多くの情報の注文又は実際の購入注文をネットワーク 6 を介して電子的に受信し、これらの取引に関する応答を、無線注文デバイス 4 を用いて消費者によって開始された取引に回答して返信することができる。

40

【 0 0 2 4 】

ベンダシステムは通常、（複数の）通信デバイスによってネットワーク 6 に接続された 1 つ又は複数のサーバを備えており、ベンダ製品又はベンダサービスと関連付けられたデ

50

データベース内の情報にアクセスするとともにネットワークを介してシステムと通信するアプリケーションソフトウェアを有している。1つ又は複数のサーバは、ベンダの情報アーキテクチャを具現化し、広告メディアコンテンツサーバ、顧客サービスデータベース、顧客関係管理データベース、又は消費者のロイヤリティ及び報酬システム (consumer loyalty and rewards systems) を含むことができる。

【0025】

図3に示すように、本技術の商取引システムは、商取引データ編成システム (commerce data organization system) 14をも備えていてもよい。この商取引データ編成システムは、マスメディア発行物10からのベンダ/製品/サービス信号又は他の、商取引を円滑にする信号 (commerce facilitating signals) に基づいて、ネットワークを介した取引を編成する働きをすることができる。一般に、商取引データ編成システム14は、商取引信号と関連付けられた情報を管理することができる。このため、商取引データ編成システム14の1つ又は複数のサーバのデータベース又は他の記憶構造体は、ネットワークを介してベンダシステム12に電子的にアクセスする詳しいコンタクト先を含むベンダ情報を含むことができる。同様に、そのようなベンダ情報は、無線対応のマスメディア発行物10に広告することができるとともに特にマスメディア発行物10から又はマスメディア発行物10において送信可能な商取引信号と関連付けることができる製品又はサービスについての製品及びサービスの説明又は詳細を含むことができる。ベンダサーバと同様に、商取引データ編成システムは通常、ネットワーク6を介して他のシステム及びデバイスと通信する通信デバイスを備えている。

10

20

【0026】

そのような商取引データ編成システム14は、無線対応のマスメディア発行物10から発した商取引信号を用いて無線注文デバイス4によって生成された要求に基づいて、情報の要求又は購入に関する取引詳細 (すなわち、注文情報) を保存及び編成するために利用することもできる。このため、システムは、異なるベンダ又は異なるベンダのロケーションからの製品の入手可能性、顧客の購入品又は情報要求及び購買習慣、そのような取引の日付及び時刻、製品/サービスオプション、支払い方法等を追跡又は保持することができる。そのようなシステムは、消費者による購入のアカウント情報 (例えば、クレジットカード番号又はキャッシュカード番号)、配送先住所情報等を保持して、無線注文デバイス10を用いた消費者によるそのようなデータの繰り返し入力を最小にするのに利用することさえも可能である。商取引データ編成システム14は、ユーザアカウント、ベンダアカウント、無線注文デバイス、及びベンダシステムを検証する認証モジュールを備えることができる。これによって、商取引データ編成システムは、トラステッドサービスマネージャ (例えば、信頼できる仲介者) として機能することが可能になる。これは、エンドツーエンドセキュリティを提供する中立のプロカーとして動作することを含むことができる。ユーザ及びベンダを個別に認証することによって、ユーザ及びベンダは、いずれも他方を直接認証していないが、セキュアにされた方法で互いに取引を行うことができる。

30

【0027】

ユーザアカウント又はベンダアカウントの認証は、パスワード、ユーザ名/アバタ、又はバイOMETリックデータを含むことができる。デバイスの認証は、セキュリティ鍵を管理することを含むことができるとともに、デバイスをプローブして、ソフトウェア又はハードウェアがセキュリティ侵害 (例えば、支払いソフトウェアが、悪意のあるバージョンに取り替えられた) を受けていないことを確認することを要する場合がある。

40

【0028】

商取引データ編成システム14は、電子的購入注文が無線注文デバイス4から受信された場合、別のベンダシステム12と通信することによってネットワーク6を通じて購入の準備を整えるように電子的に動作することができる。あるいは、そのような購入は、無線注文デバイス4とベンダシステム12との間で行うことができる一方で、商取引データ編成システムは、ベンダシステム12又は無線注文デバイス4のいずれかから受信された情報を有する要求又はこの情報の要求に基づいて、そのような取引のデータを保存し及び/

50

又はそのような取引のデータへのアクセスを提供する働きをする。任意ではあるが、商取引データ編成システムは、ベンダシステム12としても動作することができる。

【0029】

図3に示すように、商取引データ編成システム14は、追加条件データ(supplemental condition data)15をも備えたものとして行うことができる。商取引データ編成システム14は、RFIDベースの取引に対する動的応答を自動的にかつインテリジェントに生成する入力として追加条件データ15を用いることができる。追加条件データ15は、例えば、価格データ、配送コストデータ、配送時間データ、ベンダトラフィックデータ、ベンダ付け値データ、ベンダ在庫データ、消費者関心データ(例えば、ほしい物リスト)、提供終了及び詳細データ、小売シーズンデータ、品目終了データ、品目詳細データ、サービス説明データ、品目人気度データ、支払いアカウントデータ、クーポンデータ、ギフトカードデータ、ブランド/ベンダクレジットカードデータ、識別データ、顧客紹介奨励オファーデータ、消費者取引履歴データ、又は無線注文デバイスの現在及び過去の地理的ロケーションデータ、ベンダ地理的ロケーションデータ、並びにRFIDタグ地理的ロケーションデータを含むことができる地理的近接性データを含むことができる。

10

【0030】

追加条件データは、ベンダ又は消費者のアフィニティデータも含むことができる。アフィニティデータは、社会的意義(social cause)と提携するか又は社会的責任を有する顧客又はベンダに関するものとして行うことができる。これは、慈善団体若しくは公益団体(例えば、乳がん研究基金)、コーズマーケティング(cause marketing)(例えば、乳がん啓発)、公共広告、企業の社会的責任、社会福祉奨励(例えば、持続可能性)、又はコミュニティ利益(例えば、地元産商品、又は倫理的に取引される製品のサポート)に関連する場合がある。

20

【0031】

アフィニティデータは、特定のベンダとの消費者の以前の関係にも関連する場合がある。これは、支払いアカウント、ポイントカード、過去の購入、又は提携の存在に関するデータを含むことができる。代替的に、アフィニティデータは、或るベンダと、消費者との確立された関係を既に有する別のベンダとの類似度に基づくことができる。

【0032】

追加条件データは、購入された製品のタイプ又はお気に入りのブランドを含むことができる消費者取引履歴データも含むことができる。このデータは、製品又はサービスを実際に購入するのではなく詳細を単に見ているだけ等の、過去の広告に回答した消費者の行動又は無行動も含むことができる。このデータは、以前の注文がキャンセル又は返品されたか否かも考慮に入れることができる。商取引データ編成システム14は、値付け(bidding)のシステムを用いて、追加条件データに基づいて応答を生成することができる。この値付けは、消費者利益値付け(consumer benefit bidding)若しくはベンダ利益値付け(vendor benefit bidding)又は双方の組み合わせとすることができる。消費者利益値付けは、消費者に対する価値に基づいて付け値を選択する応答を生成する。この価値は、様々な追加条件データを分析することによって計算することができる。例えば、システムは、ベンダに価値を割り当てる際に、価格データ、ベンダ及び消費者のアフィニティデータ、及び/又は地理的ロケーションを考慮に入れることができる。代替的に、システムは、任意の追加データに基づいて、この価値を増減することもできるし、ベンダを省くこともできる。例えば、顧客が支持する社会的意義(customer supported social cause)のために購入価格の一部を取っておくベンダは、増加した価値を有することができる。加えて、消費者が、ギフトカード、低利率を有するベンダクレジットカード、又はクーポンを有する場合、このことは、価値に影響を与える場合がある。図8のフローチャートは、消費者利益値付けの一実施形態を示している。ステップ91において、商取引データ編成システムは、無線注文デバイスからRFIDベースの情報を受信する。次に、ステップ92において、システムは、消費者製品等の、要求を満たすことができるベンダを識別する。ステップ93において、システムは、ベンダ付け値の追加条件データにアクセスする。この追

30

40

50

加条件データは、商取引データ編成システムによって（例えば、ローカルデータベース内で）直接アクセス可能とすることができる。代替的に、追加条件データにアクセスすることは、ベンダシステムとのリアルタイムのコンタクト又は交渉を含むことができる。次に、ステップ 9 4 及び 9 5 に示しているように、システムは、上記で説明したように、価値に基づいてベンダ付け値をソートすることができ、最も高い価値を有する付け値を選択する。システムは、次に、ステップ 9 6 及び 9 7 に示しているように、これらの付け値を生成された応答に含め、この応答は、無線注文デバイスに送信される。

【 0 0 3 3 】

ベンダ利益値付けは、消費者利益値付けとは異なる。なぜならば、前者は、ベンダの応答が無線注文デバイスに送信されるためにベンダが支払う手数料に基づいて付け値を選択するからである。この手数料は、消費者が品目に支払う代金の価格に必ずしも関係していない。むしろ、これは、ベンダの広告が送信され及び / 又は潜在的な顧客に送信されたときにより良い位置に配置されるためにベンダによって支払われる広告手数料とすることができる。この手数料は、応答ごとに固定の手数料とすることもできるし、応答のサイズ若しくは時間、又は要求のキーワード若しくは内容に依存することもできる。ベンダ利益値付けを用いたとき、商取引データ編成システムは、まず、要求を満たすことができる利用可能なベンダを決定する。商取引データ編成システムは、次に、決定されたベンダのリストをベンダ手数料に基づいてソートし、最も高いベンダ手数料を有する付け値を選択することができる。選択された付け値は、次に、生成された応答に含められ、この応答は、無線注文デバイスに送信される。

【 0 0 3 4 】

場合によっては、商取引データ編成システムは、消費者利益値付け及びベンダ利益値付けの組み合わせに基づいて付け値を選択することにより応答を生成することができる。この結果、消費者に利益を与える高い消費者価値を有する付け値であるが、それでも、より高い広告手数料を有する付け値を選ぶことによって商取引データ編成システムの潜在的利益を最大にする付け値を選択することができる。このデュアル選択メカニズムを用いたとき、商取引データ編成システムは、まず、上記で論述した消費者利益値付けを実行して、同じ消費者価値を有するか又は狭い価値範囲内にある一群の付け値を選択する。商取引データ編成システムは、次に、上記で論述したベンダ利益値付けを用いてこの群をソートし、最も大きなベンダ手数料を有するこの群のサブセットを選択する。商取引データ編成システムは、次に、生成された応答にこのサブセットを含め、この応答は、無線注文デバイスに送信される。

【 0 0 3 5 】

別の場合には、商取引データ編成システム 1 4 は、上記で論述したような価値を考慮に入れて応答を生成することができるが、例えば、最短の時間で製品を提供することを重視することができる。本人が出向いて直接購入を行うために又は店内での購入（in-store pickup）のために、これは、地理的に近接したベンダを有する応答を生成することを必要とする場合がある。消費者が、製品を出向いて直接購入したい場合、商取引データ編成システム 1 4 は、無線注文デバイスの地理的ロケーションにアクセスし、この地理的ロケーションを既知のベンダの地理的ロケーションと比較することができる。これによって、システムは、どのベンダに最小の時間で到着することができるのかを計算することが可能になる。この計算は、無線注文デバイスの現在のロケーションとベンダのロケーションとの間の距離のみに基づくことができる。代替的に、この計算は、消費者の計画された経路及び / 又は輸送形式（例えば、徒歩、乗用車、地下鉄、又は船舶）を考慮に入れ、消費者の経路に最も近いベンダを選択することができる。計画された経路及び / 又は輸送の形式は、モバイル注文デバイスの地理的追跡に基づくこともできるし、ユーザが支援することもできる。

【 0 0 3 6 】

代替の実施形態では、システムは、無線注文デバイスの地理的ロケーションの代わりに広告（例えば、RFIDトランスポンダ）の地理的ロケーションを用いることができる。

この場合、この広告のロケーションは、無線注文デバイスのロケーションの代理として機能することができる。これによって、ユーザ又は無線注文デバイスの地理的ロケーションデータにアクセスすることなく、応答は、地理的に近接したベンダを含むことが可能になる。なお、ユーザ又は無線注文デバイスの地理的ロケーションデータへのアクセスは、プライバシーの問題に起因して制限される場合がある。

【0037】

広告の地理的ロケーションは、商取引データ編成システムが保持することができる。これは、特定の地理的ロケーションと関連付けることができるRFIDタグ又は送信機内のRFID情報を各広告に提供することによって行うことができる。このため、同一の広告の多くのインスタンス（例えば、複数のスマートポスタ）が存在する場合、それらのインスタンスは、広告の各インスタンスが一意のRFIDタグを有するように構成することができる。RFIDの一意のIDとその地理的ロケーションとの間の相互関係は、広告主、ベンダ、又は第三者に知られていてもよく、商取引データ編成システムが、以下で説明するプッシュ方式又はプル方式によりアクセスすることができる。

10

【0038】

図5におけるフローチャートは、地理的に近接したベンダを検出する方法の一例示の実施形態を示している。ステップ60において、システム（例えば、商取引データ編成システム）は、無線注文デバイスからRFID情報を受信する。ステップ61において、システムは、無線注文デバイスの地理的ロケーションの追加条件データにアクセスする。ステップ62において、システムは、ベンダの追加条件データにアクセスすることができる。このデータは、ベンダの地理的ロケーション、その在庫、及びベンダトラフィック（例えば、チェックアウト時の行列（lines））を含む。この追加条件データは、要求に付随することもできるし、以下で説明するプッシュ方式又はプル方式によってアクセスすることもできる。ステップ63において、システムは、要求を満たすことができかつ地理的に近接したベンダ又はベンダロケーションのリストを作成する。

20

【0039】

ステップ64において、システムは、ベンダごとに要求を満たすのに必要な時間を計算する。システムは、地理的距離だけでなく、ベンダトラフィックに関する追加条件データ（例えば、チェックアウト時の行列）等の、時間に影響を与える他の変数も用いることができる。これを考慮することによって、システムは、チェックアウト待ち時間がより短い場合には、より遠くにあつて、要求を満たすのに必要とされる全時間を最小にするベンダロケーションを選択することができる。ステップ65及び66に示しているように、システムは、次に、最短継続時間を必要とする単数又は複数のベンダをリストから選択し、これを生成された応答に含め、この応答は、その後、無線注文デバイスに送信される。

30

【0040】

消費者がオンラインで購入を行うことを選んだ場合、商取引データ編成システム14は、異なる追加条件データに依拠して、最小の時間で製品を提供することができるベンダを選択することができる。例えば、商取引データ編成システム14は、配送時間を重視し、配送時間を価格及び地理的近接性よりも高く重み付けすることができる。配送時間は、消費者の現在の地理的ロケーション、消費者の自宅住所、又は消費者によって入力された代替の住所に基づくことができる。システムは、存在する在庫を参照して、その品目が取り寄せ注文になるか否かを確認することもできる。製品が在庫されている場合、システムは、その品目を配送用にパッケージして準備するのにどれくらいの時間を要するのかを見積もる追加条件データに依拠することができる。

40

【0041】

場合によっては、商取引データ編成システムは、上記で説明した価値を評価するものの、ベンダの時間的制約のあるオファー（例えば、在庫一掃セール（while supplies last）又は腐りやすい商品に対するオファー若しくは単に期限のあるオファー）を重視する応答を生成することができる。この実施形態は、図6のフローチャートに示されている。この状況では、無線注文デバイスは、ステップ72に示しているように、時間的制約のある

50

オファーに関する情報の要求を送ることができる。次に、ステップ74に示しているように、商取引データ編成システムは、ベンダに関連付けられている追加条件データを参照して、商品の在庫及びオファーの期間を確かめることができる。本システムは、品目の人気度も考慮に入れて、その品目の在庫がまだあるのか又は後日、入手可能であるのかを確かめることができる。ステップ78に示しているように、商取引データ編成システム14は、時間的制約のあるオファーの要件を満たす品目を強調するか、又は同様の価値を有する他のものを提案する応答を生成することができる。次に、この応答を無線注文デバイスに送信することができる(79)。

【0042】

代替的なシナリオでは、商取引データ編成システム14は、在庫過剰一掃を考慮に入れた応答を生成することができる。この実施形態は、図7のフローチャートに示されている。商取引データ編成システムは、現在の小売シーズン、在庫、又は品目の人気度に関する追加条件データを参照することができる。まず、ステップ81~82に示しているように、商取引データ編成システム14は、存在する小売シーズンの継続期間を見積もり、この継続期間を現在の日付と比較することができる。小売シーズンが終了している場合には、システムは、ステップ83に示しているように、商品の価格をディスカウントすることもできるし、返品される製品のリストの上位にそれらの商品を列挙することもできる。シーズンがまだ終了していない場合は、システムは、ステップ84に示しているように、現在の在庫及び品目の人気度を分析して、在庫が消尽する時を推測することができる。現在の小売シーズン内に消尽が起きると予想されない場合は、システムは、ステップ83に示しているように、商品を購入するように消費者を奨励する適切なステップを取る(例えば、価格を下げる)ことができる。

【0043】

場合によっては、商取引データ編成システム14は、追加条件データにアクセスし、及び/又は追加条件データを評価して、要求を送った特定の消費者に適合させることができる応答を自動的に生成することができる。例えば、広告が製造業者のブランドを有する場合等においては、広告は、特定の製品又はローカルな小売ベンダを表示しない場合がある。そのような場合において、無線注文デバイスが、その広告に関連付けられたRFIDに関係した要求を送信するときに、この要求は、特定のベンダ(例えば、ローカルな小売業者)又は製品を有しない場合があるものの、ブランドが関連付けられたものとすることができる。その場合、この応答を適合させることは、上記で論述した消費者アフィニティデータ、消費者取引履歴データ、又は他の任意の追加条件データに全体的又は部分的に基づくものとすることができる。例えば、場合によっては、広告は、複数の小売ベンダによって販売される多くの異なる製品を有するブランドと関連付けることができる。そのような場合には、商取引データ編成システムは、追加条件データを評価して、顧客にとって最も利益になる(例えば、消費者がよく訪れ、アカウントを有し、及び/又はストア報酬プログラム(store rewards program)を有するストア等の場合に、消費者にとって最も高い価値となる)1以上のベンダを選ぶことができる。場合によっては、商取引データ編成システムは、追加条件データを分析して、消費者に最も適した広告ブランドの特定の製品をその消費者に提案する等、特定の顧客にとって最も利益になり得る特定の1以上の製品を選択する。

【0044】

商取引データ編成システム14によって生成される応答は、単一の製品又はベンダだけでなく、複数の製品又はベンダを含むことができる。例えば、商取引データ編成システム14は、無線注文デバイスの地理的ロケーションに近接した複数のベンダを識別することができる。あるいは、商取引データ編成システムは、単一のベンダを選択する場合があるものの、1つの製品についてそのベンダの傘下にある複数のロケーションを列挙することができる。場合によっては、商取引データ編成システムは、1つのベンダの複数の製品を用いて応答することができる。そのような複数のエントリを用いて応答するか否かは、事前に構成された設定に基づくこともできるし、商取引データ編成システム14が動的に決

10

20

30

40

50

定することもできるし、消費者が選択することもできる。

【 0 0 4 5 】

追加条件データ 15 は、様々なソースから発信することができる。追加条件データのうちの一部は、上記で論述したように、以前の要求の処理中に受動的に追跡することができる。あるいは、追加条件データは、ベンダシステム又は無線注文デバイスから受信することができる。この場合、情報は、商取引データ編成システム 14 が取り出すこともできるし、ベンダシステム又は無線注文デバイスのいずれかがプッシュすることもできる。商取引データ編成システム 14 は、情報を取り出すための外部への要求を作成することによって、追加データを取り出すことができる。その後、ベンダシステム又は無線注文デバイスは、商取引データ編成システムに回答して、要求された情報を提供する。この情報は、無線注文デバイス又はベンダシステムのローカル記憶装置に存在する場合もあるし、このシステム又はデバイスが、そのユーザにデータを入力するように促すことが必要な場合もある。他方、プッシュは、ベンダシステム又は無線注文デバイスのいずれかが、商取引データ編成システム 14 とのコンタクトを開始して、さらなる追加データを提供するか又は存在する追加データを更新することを必要とする。この後者のプッシュ方式は、追加条件データのリアルタイムの更新を提供するように構成することができる。

10

【 0 0 4 6 】

追加条件データは、消費者、ベンダ、広告主、又は関連会社若しくは提携先によって構成されたパラメータとすることもできる。例えば、消費者は、お気に入りの小売業者及び / 又は主張 (causes) を選択又は入力することができる。この構成可能なデータは、広告の R F I D に部分的に含めることもできる。その結果、ベンダは、広告とともに埋め込まれた追加条件データを広めることができる。例えば、広告の R F I D が読み取られると、このデータを無線注文デバイス上にロードすることができる。その時点で、このデータは、消費者要求に付随することもできるし、その後に取り出されるか又は商取引データ編成システムにプッシュされるように、キャッシュ又はローカル記憶装置に存在することもできる。

20

【 0 0 4 7 】

図 2 により詳細に示しているように、無線注文デバイス 4 は、一般に、プロセッサ 20 及びプロセッサ制御命令を有するメモリ 22、及び / 又は他のマイクロコントローラ若しくは他の特定用途向け電子制御回路部を備えている。注文デバイスは、1つ又は複数の無線送受信機回路 24 も備えている。(複数の) そのような回路は、情報又は製品及びサービスを 1つ又は複数のベンダに注文することを目的とした通信メカニズムとしての機能を果たすことができるだけでなく、マスメディア発行物 4 からのベンダ情報、製品情報、又はサービス情報を決定するリーダメカニズムとしての機能も果たすことができる。そのような(複数の)送受信機回路 24 は、無線注文デバイス 4 内に組み込むこともできるし、例えば、ワイヤレスフォン、PDA、若しくはラップトップと結合することによって又はそれらの内部に結合することによって、拡張モジュール、カード、又はそのようなデバイスの構成要素として取り付け可能又は挿入可能とすることもできる。好ましくは、そのような(複数の)送受信機回路 24 は、無線注文デバイス 4 がハンドヘルド操作のコンパクトユニットとして通信メカニズム及びリーダメカニズムとともに寄与することを可能にするために組み込まれている。

30

40

【 0 0 4 8 】

マスメディア発行物 10 が R F I D 情報を組み込むことと合わせて、リーダメカニズムは、マスメディア発行物からのベンダ識別情報、サービス識別情報、又は製品識別情報を受信及び復号化することが可能であるか又は受信及び復号化するように構成された少なくとも無線リーダとなる。このため、無線注文デバイス 4 は、R F I D 技術を利用してマスメディア発行物 10 から無線信号を受信する R F I D リーダを備えたものとしてすることができる。任意ではあるが、パッシブ型 R F I D 技術の場合、リーダメカニズムは、マスメディア発行物 10 の R F I D タグに信号を送信することによって、マスメディア発行物 10 からの R F I D 情報の送信をアクティブにするように構成することができ、例えば、R F

50

ＩＤタグに電力を供給してＲＦＩＤ情報をリーダメカニズムに送信させるように構成することができる。

【 0 0 4 9 】

好ましくは、無線注文デバイス４のそのような構成要素は、無線注文デバイス４の広告時点注文アプリケーション２６の機能を実施することと併せて用いられる。そのようなアプリケーションの１つのそのような好ましい方法論を、図４のフローチャートに示している。

【 0 0 5 0 】

一般に、無線注文デバイス４を有する消費者は、図２に示す雑誌若しくは定期発行物又は図１の広告板等のマスメディア発行物１０を検討することができる。前述したように、マスメディア発行物１０は、ＲＦＩＤ情報等の商取引関連信号を送信するメカニズムを備えている。図４に示すように、読取りステップ３０において、ＲＦＩＤ情報は、好ましくは無線通信によってマスメディア発行物から受信される。この無線通信は、無線注文デバイス４上での消費者の入力コマンドによって開始することができる。次に処理ステップ３２において、広告時点注文アプリケーション２６は、読み取られたＲＦＩＤ情報を、消費者の入力に応じて無線注文デバイス４上で処理する。このため、消費者は、マスメディア発行物１０の広告において認識されたベンダ、製品、又はサービスについてのより多くの情報が要求されることを無線注文デバイス４に入力することができる。任意ではあるが、そのような入力は、マスメディア発行物の広告において消費者によって認識されているものを購入する要求を示すことができる。

10

20

【 0 0 5 1 】

デバイスがＲＦＩＤ情報を読み取ると、生成ステップ３４において、広告時点注文アプリケーションは、無線注文デバイス４を制御して、ＲＦＩＤ情報を含む無線要求を生成する。この要求は、好ましくは、前述のように、無線注文デバイス４から（複数の）ネットワーク６を介してベンダシステム１２及び／又は商取引データ編成システム１４に送信される。そのように送信される要求は、特定の消費者又は特定の無線注文デバイス４と関連付けられたユーザ識別情報を含むことができる。送信される追加の要求情報は、パスワード若しくはパスコード、支払い情報のフォーム、メディアロケーション、又はメディア説明（例えば、商取引信号が受信されるマスメディア発行物を記載した識別子）を含むことができる。この情報は、ベンダシステム１２及び／又は商取引データ編成システム１４によって、それらのデータベース又は他のデータ記憶構造体のアクセス時に認識されるように符号化することができる（例えば、番号が名称と関連付けられる）。

30

【 0 0 5 2 】

ベンダシステム１２及び／又は商取引データ編成システム１４からの返信として、無線注文デバイス４は、マスメディア発行物１０に広告された、無線注文デバイス４によって読み取られた商取引信号に関連付けられているベンダ情報、製品情報、又はサービス情報を受信する。このため、消費者は、例えば、無線注文デバイス４上に情報を表示することによって、広告された製品についての追加の情報をすることもできるし、ベンダからの購入を確認することもできる。例えば、ベンダシステム１２及び／又は商取引データ編成システム１４は、無線注文デバイス４によって受信可能な電子メール確認を生成することができる。

40

【 0 0 5 3 】

上記プロセスは、無線注文デバイス１０と、ベンダシステム１２及び／又は商取引データ編成システム１４との間の単一の要求及び応答によって説明されているが、これらのシステム／デバイス間で複数の電子的要求及び電子的応答を実施して、システムによって意図される取引を行うことができる。例えば、消費者による購入前に、そのような取引に關係付けることができる配送詳細、製品数量、価格、又は他の詳細等の検討等の購入の詳細の確認を行うことができるように、追加の要求及び／又は応答を送信して、消費者が特定の購入に進むことを確認することができる。

【 0 0 5 4 】

50

2013年3月15日に出願された「Systems and Methods For Automated RFID Based Commerce Rewards」という名称の米国特許出願第13/841,000号及び代理人整理番号Thin 3.0-001 Con Con Con II CIP IIの開示内容は、引用することによってその全体が本明細書の一部をなすものとする。

【0055】

本明細書における本技術は、特定の実施形態に関して説明されているが、これらの実施形態は、本技術の原理及び応用の単なる例示にすぎないことが理解されるべきである。したがって、添付の特許請求の範囲によって規定された本技術の趣旨及び範囲から逸脱することなく、数多くの変更を、例示した実施形態に対して行うことができること、及び他の構成を考案することができることが理解されるべきである。

【図1】

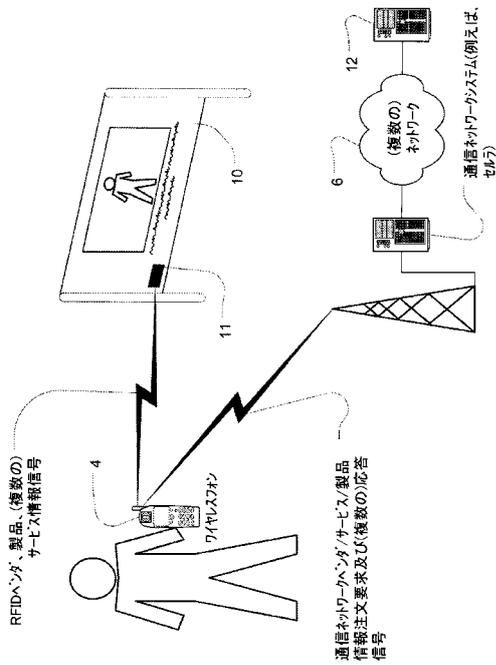


FIG. 1

【図2】

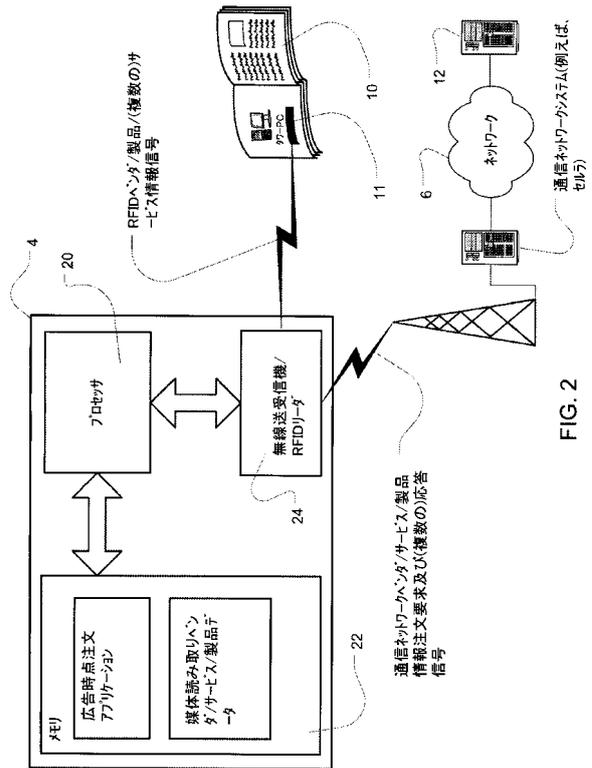


FIG. 2

【 図 3 】

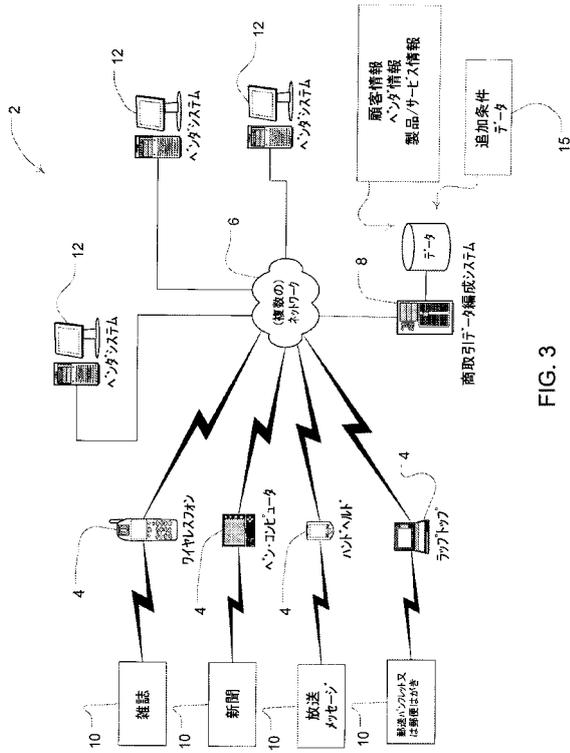


FIG. 3

【 図 4 】

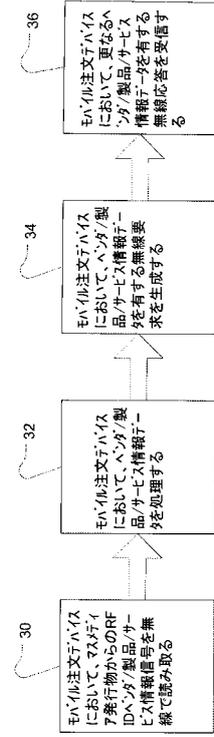


FIG. 4

【 図 5 】

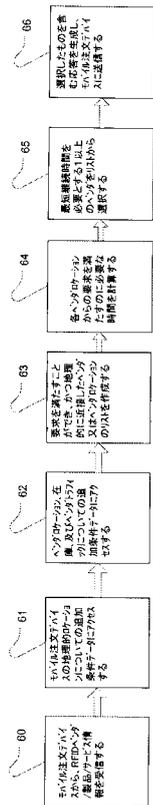


FIG. 5

【 図 6 】

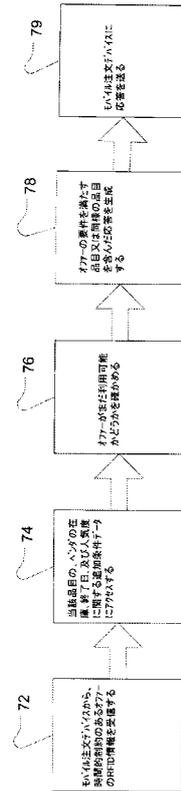


FIG. 6

【 図 7 】

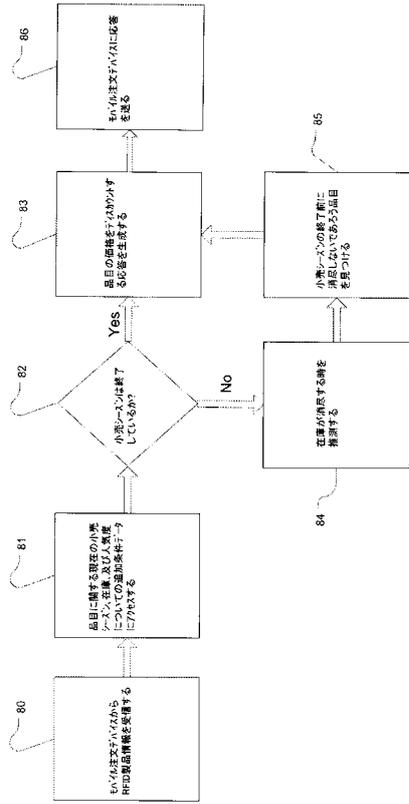


FIG. 7

【 図 8 】

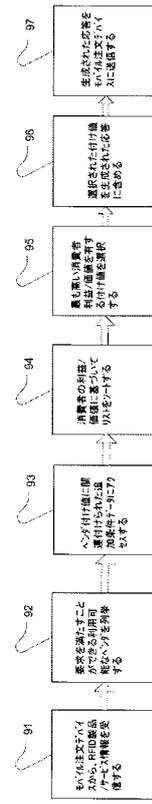


FIG. 8

【 国際調査報告 】

INTERNATIONAL SEARCH REPORT		International application No. PCT/US2014/028117
A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER		
G06Q 30/02(2012.01)i		
According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC		
B. FIELDS SEARCHED		
Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols) G06Q 30/02; G06K 5/00; G06Q 30/00; G06Q 20/00; G09F 19/00		
Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched Korean utility models and applications for utility models Japanese utility models and applications for utility models		
Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used) eKOMPASS(KIPO internal) & Keywords: RFID, advertisement, vendor, supplemental condition		
C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT		
Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
X	US 2013-0066692 A1 (BARRY BRYANT et al.) 14 March 2013 See abstract, paragraphs [0022],[0028]-[0029], claims 10,30, and figure 3.	1-26
A	KR 10-2009-0115108 A (KYOUNG JUN LEE) 04 November 2009 See abstract, claims 1-2,5-9, and figure 1.	1-26
A	US 2007-0203796 A1 (GEORGE RIGGS III) 30 August 2007 See abstract, paragraphs [0021]-[0022], and claims 1,15.	1-26
A	US 2011-0137715 A1 (MICHAEL D. O' SHEA et al.) 09 June 2011 See abstract, claims 40-42,48, and figures 2,5.	1-26
A	JP 2009-123073 A (JAPAN SYSTEM DEVELOPMENT CO., LTD.) 04 June 2009 See abstract, claims 1,5, and figure 1.	1-26
<input type="checkbox"/> Further documents are listed in the continuation of Box C. <input checked="" type="checkbox"/> See patent family annex.		
* Special categories of cited documents: "A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance "E" earlier application or patent but published on or after the international filing date "L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified) "O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means "P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed "T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention "X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone "Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art "&" document member of the same patent family		
Date of the actual completion of the international search 04 July 2014 (04.07.2014)		Date of mailing of the international search report 08 July 2014 (08.07.2014)
Name and mailing address of the ISA/KR  International Application Division Korean Intellectual Property Office 189 Cheongsu-ro, Seo-gu, Daejeon Metropolitan City, 302-701, Republic of Korea Facsimile No. +82-42-472-7140		Authorized officer KIM, Sung Gon Telephone No. +82-42-481-8746 

INTERNATIONAL SEARCH REPORT
Information on patent family members

International application No.
PCT/US2014/028117

Patent document cited in search report	Publication date	Patent family member(s)	Publication date
US 2013-0066692 A1	14/03/2013	CA 2559399 A1 EP 1730656 A2 EP 1730656 A4 JP 2007-529795 A US 2005-203914 A1 US 2010-223150 A1 US 2011-320247 A1 US 2013-073354 A1 US 2013-311280 A1 US 2013-311281 A1 US 7739150 B2 US 7991644 B2 US 8315914 B2 WO 2005-089135 A2 WO 2005-089135 A3	29/09/2005 13/12/2006 04/03/2009 25/10/2007 15/09/2005 02/09/2010 29/12/2011 21/03/2013 21/11/2013 21/11/2013 15/06/2010 02/08/2011 20/11/2012 29/09/2005 21/12/2006
KR 10-2009-0115108 A	04/11/2009	KR 10-2009-0024981 A	10/03/2009
US 2007-0203796 A1	30/08/2007	None	
US 2011-0137715 A1	09/06/2011	US 2005-0149391 A1 US 7853477 B2	07/07/2005 14/12/2010
JP 2009-123073 A	04/06/2009	None	

フロントページの続き

(81)指定国 AP(BW, GH, GM, KE, LR, LS, MW, MZ, NA, RW, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), EA(AM, AZ, BY, KG, KZ, RU, TJ, TM), EP(AL, AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IS, IT, LT, LU, LV, MC, MK, MT, NL, NO, PL, PT, RO, RS, SE, SI, SK, SM, TR), OA(BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, KM, ML, MR, NE, SN, TD, TG), AE, AG, AL, AM, AO, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BH, BN, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CL, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DO, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, GT, HN, HR, HU, ID, IL, IN, IR, IS, JP, KE, KG, KN, KP, KR, KZ, LA, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LY, MA, MD, ME, MG, MK, MN, MW, MX, MY, MZ, NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PA, PE, PG, PH, PL, PT, QA, RO, RS, RU, RW, SA, SC, SD, SE, SG, SK, SL, SM, ST, SV, SY, TH, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US

(74)代理人 100125380
弁理士 中村 綾子

(74)代理人 100142996
弁理士 森本 聡二

(74)代理人 100166268
弁理士 田中 祐

(74)代理人 100170379
弁理士 徳本 浩一

(74)代理人 100179154
弁理士 児玉 真衣

(74)代理人 100180231
弁理士 水島 亜希子

(74)代理人 100184424
弁理士 増屋 徹

(72)発明者 ブライアント, バリー
アメリカ合衆国ニュージャージー州 0 7 8 3 4 , デンヴィル, インディアン・スプリング・トレイル 5 7

(72)発明者 レヴァイン, エス・ロバート
アメリカ合衆国コネティカット州 0 6 8 3 0 , グリニッジ, ディングルトown・ロード 5 0

Fターム(参考) 5L049 BB08 BB58