



(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(11) 공개번호 10-2018-0000160
(43) 공개일자 2018년01월02일

(51) 국제특허분류(Int. Cl.)
G06Q 30/06 (2012.01) G06Q 20/12 (2012.01)
H04W 88/02 (2009.01)

(52) CPC특허분류
G06Q 30/0619 (2013.01)
G06Q 20/123 (2013.01)

(21) 출원번호 10-2016-0077980
(22) 출원일자 2016년06월22일
심사청구일자 2016년06월22일

(71) 출원인
주식회사 크레편
전라남도 목포시 석현로 46, 308호(석현동, 목포
벤처문화산업지원센터)

(72) 발명자
이지웅
전라남도 해남군 산이면 흑두길 60

(74) 대리인
특허법인 이노

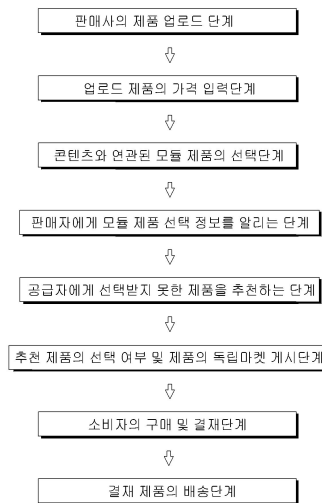
전체 청구항 수 : 총 3 항

(54) 발명의 명칭 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법

(57) 요약

본 발명은 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법에 관한 것으로, a) 판매자의 제품 업로드 단계, b) 업로드 제품의 가격 입력단계, c) 콘텐츠와 연관된 모듈 제품의 선택단계, d) 판매자에게 모듈 제품 선택 정보를 알리는 단계, e) 공급자에게 선택받지 못한 제품을 추천하는 단계, f) 추천 제품의 선택 여부 및 제품의 독립마켓 게시단계, g) 소비자의 구매 및 결제단계, h) 결제 제품의 배송단계를 포함하는 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법이다.

대표도 - 도1



(52) CPC특허분류

G06Q 30/0623 (2013.01)

G06Q 30/0631 (2013.01)

H04W 88/02 (2013.01)

명세서

청구범위

청구항 1

제품 사업자에 해당하는 판매자로 하여금 상기 판매자 소유의 제품업로드서버를 이용하여 개별 제품들을 모듈화하는 방식으로 DB에 업로드 하는 a) 판매자의 제품 업로드 단계;

상기 판매자로 하여금 상기 판매자 소유의 상기 제품업로드서버를 이용하여 모듈화된 개별 제품들에 대한 가격을 상기 DB에 입력하는 b) 업로드 제품의 가격 입력단계;

콘텐츠 사업자에 해당하는 공급자로 하여금 상기 공급자 소유의 콘텐츠공급서버를 이용하여 상기 DB에 업로드된 모듈 제품들 중 콘텐츠와 연관되는 모듈 제품을 키워드 검색으로 필터링하여 선택하는 c) 콘텐츠와 연관된 모듈 제품의 선택단계;

상기 공급자로 하여금 상기 공급자 소유의 단말기나 콘텐츠공급서버에 갖춰진 일괄 전송프로그램(batch transfer program)을 이용하여 콘텐츠와 연관된 모듈 제품에 대한 선택 여부 결과를 상기 판매자들의 단말기로 전송하여 통보하는 d) 판매자에게 모듈 제품 선택 정보를 알리는 단계;

상기 판매자들 중 제품 누락 판매자로 하여금 자신의 누락 제품에 대하여 일괄 전송 프로그램을 통한 제품 추천 데이터 정보 방식으로 공급자에게 전송하여 제품을 추천하는 e) 공급자에게 선택받지 못한 제품을 추천하는 단계;

상기 공급자의 콘텐츠 연관 검색 오판을 근거로 추천 제품에 대한 선택 여부를 최종 결정하고, 콘텐츠 및 콘텐츠 연관 모듈 제품들을 콘텐츠의 판매 웹 사이트로서 별도로 운용되는 독립마켓(웹 사이트)에 올려 게시하는 f) 추천 제품의 선택 여부 및 제품의 독립마켓 게시단계;

소비자로 하여금 상기 독립마켓에 게시된 콘텐츠 및 연관 모듈 제품들을 서핑하는 과정에서 구매하고자 하는 해당 콘텐츠 및 해당 연관 모듈 제품을 소비자의 단말기를 이용하여 구매하여 결제하는 g) 소비자의 구매 및 결제 단계; 및

구매 결제된 해당 콘텐츠와 연관 모듈 제품에 대한 결제 처리 결과 정보를 기반으로 판매자로 하여금 결제한 소비자 개개인의 주소지로 해당 콘텐츠 및 연관 모듈 제품들을 배송하는 h) 결제 제품의 배송단계;

를 포함하는 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법.

청구항 2

제1항에 있어서,

상기 제품의 모듈화는, 쇼핑카트 소프트웨어(shopping cart software), 로그기반 프로그램, 에이전트기반 프로그램들 중 어느 하나로 이용되는 것을 특징으로 하는 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법.

청구항 3

제1항에 있어서,

상기 독립마켓의 서비스 구조는, 기존 웹 사이트 서비스의 인프라 변형을 최소화하면서도 판매자(제품 사업자)의 신뢰 경향을 고려하는 방식으로, 하나의 독립된 판매자 신뢰 트리 지원 모듈이 추가 설계되는 것을 특징으로 하는 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법.

발명의 설명

기술 분야

본 발명은 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법에 관한 것으로, 보다 상세하게는

[0001]

콘텐츠 사업자에 해당되는 공급자와 제품 사업자에 해당되는 판매자 간의 상호 윈윈전략으로 유통 경로를 축약 시킴과, 동시 제품의 판매에 이르기까지 소모되는 수고를 경감하며, 제품의 판매 경쟁 우위를 선점할 수 있는 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법에 관한 것이다.

배경 기술

- [0002] 인터넷을 통한 전자상거래는 폭발적으로 발전한 상황에서, 입점형 인터넷 쇼핑몰과 같은 경우 오프라인상의 백화점 매출과 견줄 정도이거나 그 이상의 매출을 올리고 있다.
- [0003] 그러나 입점형 쇼핑몰을 운영하는 측에서는 입점 판매자의 모집과, 쇼핑몰 홍보에 많은 어려움이 있다. 특히, 새롭게 입점형 쇼핑몰을 운영하고자 하는 자는 쇼핑몰을 일반 소비자에게 홍보하기 위해서 많은 광고비용을 들여야 하는 문제점이 있다.
- [0004] 즉, 제품을 판매하는 판매자가 직접 입점형 쇼핑몰을 운영하는 과정에서 제품 홍보에 필요한 광고비용으로서, 디자인, 동영상 따위의 홍보 비용이 상당하며, 이러한 제품 홍보를 위해 디자인, 동영상 작업을 판매자가 직접 해야 하는 불편함도 상당하다. 특히, 판매자 입장에서는 제품 판매의 활로가 여의치 않아 제품 판매의 어려움을 겪고 있는 실정이다.
- [0005] 실령, 제품 판매자가 입점형 쇼핑몰을 운영하지 않고, 대중화된 GS 마켓, 11번가와 같은 대형 온라인 쇼핑몰을 통하여 판매할 경우 대형 온라인 쇼핑몰이 가져가는 마진이 상당하여 제품 가격은 상승할 수밖에 없고 실제 판매자가 가져가는 마진은 매우 적을 수밖에 없는 온라인상의 유통 구조이다. 특히, 최근에는 유무선 인터넷 입점형 또는 대형 온라인 쇼핑몰에서 유통의 다단계 구조 형식을 취하는 경우가 대부분의 추세이다.
- [0006] 따라서, 제품 판매의 용이성과 쇼핑몰의 매출향상 및 쇼핑몰 운용상의 윈윈전략을 동시에 도모할 수 있는 전자상거래 시스템의 그 운영 방법이 요망된다.

선행기술문헌

특허문헌

- [0007] (특허문헌 0001) 특허문헌 001 공개특허 제10-2008-0077299호
- (특허문헌 0002) 특허문헌 002 공개특허 제10-2008-0077298호
- (특허문헌 0003) 특허문헌 003 공개특허 제10-2008-0035932호

발명의 내용

해결하려는 과제

- [0008] 전술된 문제점들을 해소하기 위한 본 발명은, 판매자의 제품 판매에 소모되는 수고를 덜기 위하여 콘텐츠 제작자인 공급자를 통하여 운용되고 있는 독립마켓을 이용한 콘텐츠 연관 제품들을 소비자에게 판매하는 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법을 제공함에 그 목적을 두고 있다.

과제의 해결 수단

- [0009] 전술된 목적을 달성하기 위한 본 발명은, 제품 사업자에 해당하는 판매자로 하여금 상기 판매자 소유의 제품업로드서버를 이용하여 개별 제품들을 모듈화하는 방식으로 DB에 업로드 하는 a) 판매자의 제품 업로드 단계와, 상기 판매자로 하여금 상기 판매자 소유의 상기 제품업로드서버를 이용하여 모듈화된 개별 제품들에 대한 가격을 상기 DB에 입력하는 b) 업로드 제품의 가격 입력단계와, 콘텐츠 사업자에 해당하는 공급자로 하여금 상기 공급자 소유의 콘텐츠공급서버를 이용하여 상기 DB에 업로드 된 모듈 제품들 중 콘텐츠와 연관되는 모듈 제품을 키워드 검색으로 필터링하여 선택하는 c) 콘텐츠와 연관된 모듈 제품의 선택단계와, 상기 공급자로 하여금 상기 공급자 소유의 단말기나 콘텐츠공급서버에 갖춰진 일괄 전송프로그램(batch transfer program)을 이용하여 콘텐츠와 연관된 모듈 제품에 대한 선택 여부 결과를 상기 판매자들의 단말기로 전송하여 통보하는 d) 판매자에게 모듈 제품 선택 정보를 알리는 단계와, 상기 판매자들 중 제품 누락 판매자로 하여금 자신의 누락 제품에 대하여 일괄 전송 프로그램을 통한 제품 추천 데이터 정보 방식으로 공급자에게 전송하여 제품을 추천하는 e) 공급

자에게 선택받지 못한 제품을 추천하는 단계와, 상기 공급자의 콘텐츠 연관 검색 오관을 근거로 추천 제품에 대한 선택 여부를 최종 결정하고, 콘텐츠 및 콘텐츠 연관 모듈 제품들을 콘텐츠의 판매 웹 사이트로서 별도로 운용되는 독립마켓(웹 사이트)에 올려 게시하는 f) 추천 제품의 선택 여부 및 제품의 독립마켓 게시단계와, 소비자 하여금 상기 독립마켓에 게시된 콘텐츠 및 연관 모듈 제품들을 서핑하는 과정에서 구매하고자 하는 해당 콘텐츠 및 해당 연관 모듈 제품을 소비자의 단말기를 이용하여 구매하여 결제하는 g) 소비자의 구매 및 결제단계, 및 구매 결제된 해당 콘텐츠와 연관 모듈 제품에 대한 결제 처리 결과 정보를 기반으로 판매자로 하여금 결제한 소비자 개개인의 주소지로 해당 콘텐츠 및 연관 모듈 제품들을 배송하는 h) 결제 제품의 배송단계를 포함하는 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법에 일 특징이 있다.

[0010] 상기 제품의 모듈화는, 쇼핑카트 소프트웨어(shopping cart software), 로그기반 프로그램, 에이전트기반 프로그램들 중 어느 하나로 이용되는 것을 특징으로 하는 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법에 일 특징이 있다.

[0011] 상기 독립마켓의 서비스 구조는, 기존 웹 사이트 서비스의 인프라 변형을 최소화하면서도 판매자(제품 사업자)의 신뢰 경향을 고려하는 방식으로, 하나의 독립된 판매자 신뢰 트리 지원 모듈이 추가 설계되는 것을 특징으로 하는 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법에 일 특징이 있다.

발명의 효과

[0012] 이상에서 살펴본 바와 같이, 본 발명에 의한 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법은, 기존 제품 판매자(유통사, 제조사, 개인, 소매업자)는 팔고자 하는 제품에 대하여 콘텐츠를 직접 제작하거나 용역을 통하여 디자인 페이지, 홍보 영상 등을 제작하여 제품을 온라인이나 오프라인에서 판매하는 방식을 탈피하여 제품 판매에 이르기까지의 판매자 수고와 노동 및 원가 비용을 줄여줄 수 있는 효과가 있다.

[0013] 또한, 기존 제품의 복잡한 유통 경로를 축약시켜 제품의 유통 마진을 줄임으로써 제품 원가를 낮출 수 있고, 이로 인한 제품을 판매하기 위한 판매자의 판매 경쟁 시장을 선점할 수 있다.

[0014] 또한, 공급자(콘텐츠 사업자)는 자신의 콘텐츠에 포함된 제품에 대하여 자유로운 검색을 통한 취사 선택이 가능하며, 선택 제품을 자신의 독립마켓(브랜드샵)을 이용하여 판매할 수 있는 이점을 누릴 수 있다.

[0015] 아울러, 제품의 판매대금 중 일부는 도매상에게 결제되고, 나머지 금액은 공급자에게 정산된다. 이는 기존 도매상을 발로 뛰며 제품을 수급하여 왔던 제품 개인 판매자 및 최종 판매자의 제품 판매에 대한 수고로움을 덜어 주는 것으로 전자상거래 유통구조에 새로운 패러다임을 제시할 수 있다.

도면의 간단한 설명

- [0016] 도 1은 본 발명의 단계들을 순서대로 도시한 블록도.
- 도 2는 도 1에 도시된 단계들을 기반으로 한 제품 판매 편의 제공의 흐름을 도시한 플로우차트.
- 도 3은 본 발명에서의 공급자, 판매자, 및 소비자의 유기적인 관계를 도시한 개념도.
- 도 4는 본 발명에서의 공급자 독립마켓을 통한 판매자의 거래 신뢰 파악에 대한 데이터 개요를 제시한 도면.
- 도 5는 본 발명에서의 판매자 거래 신뢰 파악이 고려된 공급자 독립마켓의 웹 서비스 구조도이다.

발명을 실시하기 위한 구체적인 내용

[0017] 본 발명에 있어 첨부된 도면은 설명의 명료성과 편의를 위해 과장되어 도시됨을 밝히고, 후술되는 실시 예는 본 발명의 권리범위를 한정하는 것이 아니라 본 발명의 청구범위에 제시된 구성요소의 예시적 사항에 불과하며, 다른 여러 형태로 변형 실시되는 점까지 감안한 명세서 전반에 걸친 기술적 사상을 토대로 해석되어야 한다.

[0018] 또한, 다양한 양상 및 특징이 다수의 장치, 모듈 등을 포함할 수 있는 시스템에 의하여 제시될 것이다. 다양한 시스템이 추가적인 장치, 컴포넌트, 모듈 등을 포함할 수 있고 그리고/또는 도면들과 관련하여 논의된 장치, 컴포넌트, 모듈 등 모두를 포함할 수 없다는 점 또한 이해되고 인식되어야 한다.

[0019] 본 명세서에서 사용되는 "실시예", "예", "양상", "예시" 등은 기술된 임의의 양상 또는 설계가 다른 양상 또는 설계들보다 양호하다거나, 이점이 있는 것으로 해석되지 않아야 한다. 아래에서 사용되는 용어인 '시스템' '서버' '단말기' 등은 일반적으로 컴퓨터 관련 실체(computer-related entity)를 의미하며, 예를 들어, 하드웨어,

하드웨어와 소프트웨어의 조합, 소프트웨어를 의미할 수 있다.

- [0020] 따라서, 본 명세서에 기재된 실시 예와 도면에 도시된 구성은 본 발명의 가장 바람직한 일 실시 예에 불과할 뿐이고, 본 발명의 기술적 사상을 모두 대변하는 것은 아니므로, 본 출원 시점에 있어 이들을 대체할 수 있는 다양한 균등물과 변형 예들이 있을 수 있음을 이해하여야 한다.
- [0021] 이하에서는, 첨부된 도면들을 참고로 본 발명에 의한 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법에 대하여 바람직한 실시 예로 설명된다.
- [0022] 이하, 본 발명의 설명에 사용되는 '공급자', '판매자', '소비자'의 용어에 있어서, 공급자는 콘텐츠에 대한 제작사, 판매사 등을 총칭하는 의미로서 공급자(콘텐츠 사업자)의 용어로 명기하며, 판매자는 제품에 대한 제조사, 유통사, 벤더사, 리테일 사업자 등을 총칭하는 의미로서 판매자(제품 사업자)의 용어로 명기하고, 소비자는 콘텐츠 및 제품을 구매하는 구매자를 의미하는 용어로 해석하며 이해하여야 할 것이다.
- [0023] 본 발명은, 도 1에 도시된 바와 같이, a) 판매자의 제품 업로드 단계, b) 업로드 제품의 가격 입력단계, c) 콘텐츠와 연관된 모듈 제품의 선택단계, d) 판매자에게 모듈 제품 선택 정보를 알리는 단계, e) 공급자에게 선택 받지 못한 제품을 추천하는 단계, f) 추천 제품의 선택 여부 및 제품의 독립마켓 게시단계, g) 소비자의 구매 및 결제단계, h) 결제 제품의 배송단계를 포함하는 구성이며, 이러한 본 발명에서의 단계들은 도 2에 도시된 바와 같은 과정의 흐름을 보이게 된다.
- [0025] a) 판매자의 제품 업로드 단계
- [0026] 상기 a) 단계는 판매자(제품 사업자)로 하여금 모듈프로그램을 이용하여 판매하고자 하는 개별 제품들에 대하여 모듈화한 상태로 판매자(제품 사업자) 소유의 단말기나 제품업로드서버를 이용하여 모듈화된 개별 제품들에 대한 쇼핑카트 제품정보 데이터를 후술되는 공급자(콘텐츠 사업자)의 DB에 업로드하게 된다(S1).
- [0027] 여기서, 개별 제품들에 대한 모듈화는 쇼핑카트 제품정보 데이터로서 개별 제품들에 대한 제품정보(제품이 속한 카테고리, 제품사진, 제품의 도소매가격, 제품의 제조사, 제품 특징의 상세정보, 제품의 유통기한 따위의 정보)를 하나의 묶음으로 패키지화된 상태를 의미하며, 이러한 개별 제품들의 모듈화는 모듈프로그램을 이용하여 구현하게 되는데, 일례의 프로그램으로서 쇼핑카트 소프트웨어(shopping cart software)를 이용하여 모듈화시킨다.
- [0028] 이때, 업로드 된 제품과 함께 종속된 데이터로는 제품 카테고리, 제품 일련번호, 제품명, 제품가격, 제품을 소개하는 글, 그림, 영상과 재고수량, 원산지, 제조사, 및 유통자 명칭등이 포함될 수 있다.
- [0029] 상기 쇼핑카트 소프트웨어는 후술될 공급자(콘텐츠 사업자)의 독립마켓(즉, 웹사이트)에서 제품 목록이나 페이지 상의 주문 제품 대상을 선택할 때에 제품 관련 데이터베이스에 접속되어 온라인 쇼핑을 가능하게 하는 기능을 제공할 수도 있다.
- [0030] 또한, 판매자(제품 사업자)의 업로드 제품에 대한 모듈 과정은, 제품을 DB 에 업로드 하는 과정에서 제품을 고유 식별할 수 있는 로그파일을 이용한 로그기반 방식을 활용할 수 있으며, 이와 같이 고유 식별된 제품은 협업 필터링 방법 및 에이전트 프로그램에 의해 제품에 대한 제품정보(사진, 도소매가격, 제조사, 제품상세정보, 유통기한 등 일반 제품정보) 데이터를 이용하는 에이전트 기반 방법으로 제품을 모듈화할 수도 있다.
- [0031] 한편, 제품을 업로드 하는 판매자(제품 사업자)에 거래 질서를 확립하고 판매자(제품 사업자)의 객관적 신뢰도 향상을 위해 판매자(제품 사업자) 프로파일링 기법이 활용될 수 있다. 이러한 판매자(제품 사업자) 프로파일링 기법은 판매자(제품 사업자)가 거짓으로 자신의 등급을 올리거나 혹은 특정 판매자(제품 사업자)에 대해 악의적인 공격이 가해지는 등의 부정행위를 방지하기 목적에 있으며, 이러한 판매자(제품 사업자) 프로파일링 기법은 추후 후술된다.
- [0033] b) 업로드 제품의 가격 입력단계
- [0034] 상기 b) 단계는 공급자(콘텐츠 사업자)의 DB에 모듈화된 개별 제품들의 업로드 시에 제품의 도매가와 소매가에서 발생하는 차액을 공급자가 이익으로 배분받도록 하기 위하여 상기 판매자(제품 사업자)로 하여금 개별 제품들에 대한 도매가와 소매가의 가격 데이터를 입력하게 된다(S2).

- [0035] 물론, 상기 DB에 업로드 된 모듈화된 개별 제품들은 공급자(콘텐츠 사업자) 소유의 단말기나 콘텐츠공급서버를 통하여 카테고리별로 노출되거나 검색을 통한 노출로 개별 제품들을 파악할 수 있다.
- [0036] 이때, 노출된 개별 제품들 중 도매가의 가격 원가 노출이 방지되기 위한 제품의 경우, 소매가의 가격만 노출되고 제품 판매시 공급자(콘텐츠 사업자)가 얻을 수 있는 수익률을 간접적인 방식으로 나타낼 수 있다.
- [0038] c) 콘텐츠와 연관된 모듈 제품의 선택단계
- [0039] 상기 c) 단계는 콘텐츠의 제작 및 판매 운영하는 공급자(콘텐츠 사업자)로 하여금 해당 콘텐츠와 연관성 있는 모듈 제품을 선택하는 과정으로서 공급자(콘텐츠 사업자) 소유의 단말기나 콘텐츠공급서버를 통하여 DB에 업로드 된 개별 모듈 제품들 중 해당 콘텐츠와 연관될만한 모듈 제품을 키워드 또는 카테고리를 통해서 접근하거나 선택한다(S3).
- [0040] 즉, 공급자(콘텐츠 사업자)는 해당 콘텐츠와 연관성 있는 모듈 제품을 DB에서 가려내기 위해 키워드 검색(keyword search) 기능을 이용하게 되는데, 이러한 키워드 검색은 공급자(콘텐츠 사업자) 소유의 단말기나 콘텐츠공급서버 브라우저상의 검색 엔진에 갖춰져 있는 관계로 해당 콘텐츠와 아주 밀접한 연관성 모듈 제품을 키워드 입력으로 찾아낼 수 있다.
- [0042] d) 판매자에게 모듈 제품 선택 정보를 알리는 단계
- [0043] 상기 d) 단계는 공급자(콘텐츠 사업자)로 하여금 상기 키워드 검색을 통하여 해당 콘텐츠와 연관된 모듈 제품을 가려내어 선택할 때에 개별 모듈 제품들을 업로드한 판매자(제품 사업자)들에게 제품의 선택 여부 결과를 전송하여 주는 방식으로 알려 통보하게 된다.
- [0044] 이때, 공급자(콘텐츠 사업자)는 공급자(콘텐츠 사업자) 소유의 단말기나 콘텐츠공급서버에 갖춰진 일괄 전송 프로그램(batch transfer program)을 이용하여 콘텐츠와 연관된 모듈 제품에 대한 선택 여부 결과를 개별 모듈 제품들을 업로드한 판매자(제품 사업자)들의 단말기로 전송하게 된다.
- [0045] 여기서, 상기 일괄 전송 프로그램은 콘텐츠 연관 모듈 제품의 선택 정보 변경(수정이나 삭제)이 이루어지는 관계로 레코드 수정 또는 삭제 루틴이 첨가되는 것을 허용하며, 전송은 가상 기억 통신 접근방식(VTAM, Virtual Telecommunications Access Method) 하에서 이루어질 수 있다.
- [0047] e) 공급자에게 선택받지 못한 제품을 추천하는 단계
- [0048] 상기 e) 단계는 공급자(콘텐츠 사업자)에 의해 상기 일괄 전송 프로그램을 이용하여 전송된 콘텐츠 연관 모듈 제품의 선택 정보 결과에 대하여, 판매자(제품 사업자)들 중 제품 누락 판매자(제품 사업자)로 하여금 자신의 누락 제품을 공급자(콘텐츠 사업자)에게 추천하기 위한 제품 추천 데이터 정보를 전송하게 된다(S4).
- [0049] 즉, 제품 누락 판매자(제품 사업자)는 일괄 전송 프로그램을 통하여 자신의 제품 누락 결과를 확인한 다음, 해당 누락 제품에 대한 제품 추천 데이터 정보를 상기 일괄 전송 프로그램을 이용하여 공급자(콘텐츠 사업자)에게 전송하게 된다.
- [0050] 이와 같이, 제품 추천 데이터 정보의 전송 필요성은 공급자(콘텐츠 사업자)가 콘텐츠 연관 모듈 제품에 대한 연관 검색의 오판에서 비롯될 수 있는 관계로, 이러한 연관 검색의 오판을 방지하기 위한 목적에 있다.
- [0051] 이때 공급자(콘텐츠 사업자)는 제품 추천 데이터 정보를 확인하더라도 충분한 고려 없이 무심코 선택하지 않을 경우가 발생할 수 있는바, 이러한 이유로 제품 추천 데이터 정보를 한 번 더 공급자(콘텐츠 사업자)에게 요청 추천하여 선택 여부를 묻는 과정을 이행할 수도 있다(S4-1).
- [0052] 물론, 이때에도 공급자(콘텐츠 사업자)는 추천 제품을 선택하지 않을 수 있는데, 이는 추천 제품에 대한 선택 여부를 중대하게 고려한 결과로 받아들여 종료될 수 있고(S4-2), 만일 추천 제품을 선택하게 되면, 후술되는 독립마켓에 제품을 게시하는 과정(S5)으로 이행될 수 있다.

- [0054] f) 추천 제품의 선택 여부 및 제품의 독립마켓 게시단계
- [0055] 상기 f) 단계는 상기 제품 누락 판매자(제품 사업자)들로 하여금 전송된 제품 추천 데이터 정보를 공급자(콘텐츠 사업자)가 열람하여 확인한 다음, 공급자(콘텐츠 사업자)의 연관 검색 오판에서 비롯되었는지를 판단하여 누락된 추천 제품을 다시 선택할 수도 있으며, 연관 검색 오판에서 비롯되지 않았다면, 누락된 추천 제품을 선택하지 않을 수도 있다.
- [0056] 연관 검색 오판을 근거로 추천 제품에 대한 선택 여부가 최종 결정되면 공급자(콘텐츠 사업자)는 콘텐츠 연관 모듈 제품들을 콘텐츠의 판매 웹 사이트로서 별도로 운용되는 독립마켓(웹 사이트)에 올리는 방식으로 게시하게 된다(S5).
- [0057] 즉, 확정된 제품은 공급자(콘텐츠 사업자) 자신의 독립마켓에 업로드 되면서, 제품 배열의 순서 및 콘텐츠와 연계하여 게시하게 된다.
- [0059] g) 소비자의 구매 및 결제단계
- [0060] 상기 g) 단계는 상기 독립마켓(웹 사이트)에 올려진 콘텐츠 및 콘텐츠 연관 모듈 제품들을 소비자들이 서핑하게 되고, 이러한 서핑 과정에서 소비자들은 본인 소유의 단말기를 통하여 구매하고자 하는 콘텐츠와 함께 해당 콘텐츠 연관 모듈 제품까지 선택하여 결제하게 된다(S6).
- [0061] 또한, 로그 기반 방법으로서 독립마켓(웹 사이트)에 등록하지 않으려는 익명 소비자들을 식별하기 위한 기본적인 방법으로 웹 마이닝 시스템의 전처리 과정이 활용될 수도 있다.
- [0062] 물론, 이때 콘텐츠 및 연관 모듈 제품은 결제지원모듈을 이용하여 결제 처리되고, 이러한 결제 처리 결과는 자동으로 공급자(콘텐츠 사업자)의 수익으로 잡힐 수 있도록 공급자(콘텐츠 사업자)의 결제 계정과 전자상거래 시스템이 연동되면서 처리된다. 여기서 소비자는 콘텐츠와 연관된 제품을 개별적 혹은 묶음 제품으로 구매할 수도 있다.
- [0063] 특히, 상기 결제지원모듈은 국내 및 글로벌 마켓의 상품을 각 나라에 최적화된 결제모듈을 통하여 결제가능하도록 연계 지원하는 모듈이다. 즉, 개별 나라별 편의 결제 시스템이 상이한 관계로, 해당 나라의 제품 구매 시 결제를 위해 해당 국가를 설정하면, 상기의 결제지원모듈은 개별 각 나라에 최적화된 결제 모듈로 연결시켜 줌에 따라, 해당 나라의 제품 구매에 대한 결제가 이루어진다.
- [0064] 즉, 어느 특정 국가를 선택한 다음, 결제버튼을 누르게 되면, 결제지원모듈이 연동되면서 해당 VAN 사가 가입한 특정 전자지불대행사(PG(Payment Gateway))로 연결됨에 따라 해당 PG사는 결제승인용 코드번호를 제시하게 되고, 이러한 결제승인용 코드번호를 결제지원모듈의 화면에 입력함에 따라 결제지원모듈은 VAN을 통하여 해당 신용카드회사 시스템에 접속하여 해당 제품에 대하여 결제하게 된다.
- [0065] 다시 말해, 소비자는 구매 제품이 속한 국가를 설정한 다음 결제 시, 결제지원모듈이 소비자의 주요 결제 계좌가 개설된 해당 국가의 결제서비스를 연결해주는 형태로 구조화되어 있다. 물론, 이때 결제지원모듈의 연동은 Active X를 임베드(embed)하거나 포스트(POST) 하는 연동 방식을 이용할 수 있다.
- [0066] 만일, 핸드폰 결제 시에는 핸드폰(모바일) 결제에 따라 PCS에 이어 점포서버에 이어 VAN 또는 TCP/IP에 이어 이동통신사 순으로 결제 시스템이 이루어지면서 결제된다.
- [0067] 이러한 상기 결제지원모듈은 경유방식과 미경유방식 중 미경유방식을 채용하게 되는데, 이는 미경유방식이 모듈 세팅이 용이하기 때문이고, 링크를 걸어 결제페이지를 불러들이는 이유에서다.
- [0068] 나라별 최적화된 전자지불대행사(PG(Payment Gateway))사를 일례로 들자면, 중국의 경우 온라인 결제에서는 알리페이(alipay), 텐페이(tenpay), 99bill, CUP(china union pay) 등이 대표적이며, 오프라인 결제에서는 Union-pay가 대표적이고, 미국의 경우 페이팔(PAYPAL)이며, 대한민국의 경우 KG-Inisys, Allat pay 등이 대표할만하다.
- [0069] 예를 들어, 중국 사람이 해외 출타 중 해당 국가에서 운용되는 독립마켓(웹 사이트)의 물건을 구매할 경우, 중국 사람이 해당 출타 국가에 위치되어 있어도 중국 자국에서 운영되는 alipay를 통하여 결제되는 구조이다. 즉, 독립마켓은 결제 이전 최적의 결제 국가를 선택하는 부분이 결제지원모듈을 통하여 제시되는 것이다.

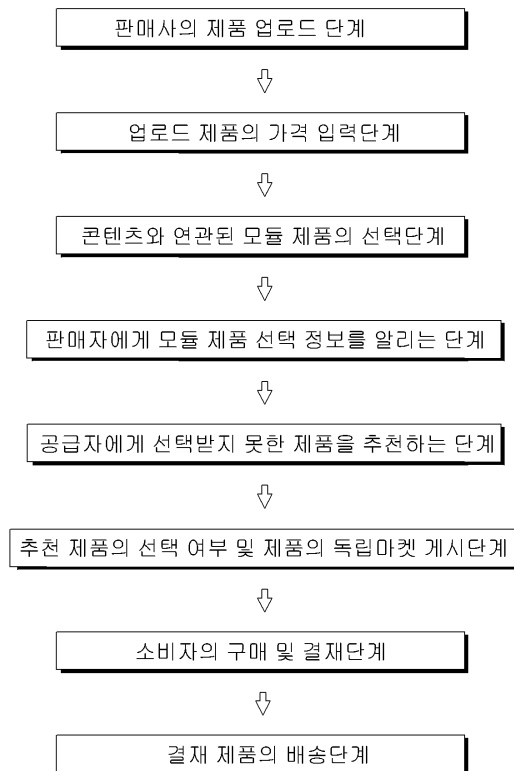
- [0071] h) 결제 제품의 배송단계
- [0072] 상기 h) 단계는 소비자에게 의해 구매 결제된 해당 콘텐츠와 연관 모듈 제품에 대한 결제 처리 결과에 대한 정보를 공급자(콘텐츠 사업자)가 판매자(제품 사업자)에게 전송하게 되고, 이러한 결제 처리 결과 정보를 기반으로 판매자(제품 사업자)는 결제한 소비자 개인의 주소지로 해당 콘텐츠 및 연관 모듈 제품들을 배송하게 된다(S7).
- [0073] 제품의 반품 및 AS를 대비하여 소비자의 구매 결정이 내려진 후, 혹은 약관이 정하여지고 구매의사가 확인되는 정도의 일정 경과 후, 공급자는 판매자에게 제품 금액의 일정 액을 입금한다.
- [0075] 한편, 본 발명에서의 모듈화된 개별 제품에 대한 콘텐츠 기반의 제품 판매 편의 제공방법 수행 과정에서 판매자(제품 사업자)의 신뢰도 확보를 위해 판매자(제품 사업자) 프로파일링 기법이 활용되는데, 이러한 판매자(제품 사업자) 프로파일링 기법은 판매자(제품 사업자)의 명성도를 평가하기 위해 positive, neutral, negative의 세 가지 피드백 평가값을 사용한다. 이 값들은 판매자(제품 사업자)와 소비자 간의 트랜잭션(Transaction)이 발생할 때마다 소비자에 의해 각각 1, 0, -1의 값으로 판매자(제품 사업자)에게 부여된다.
- [0076] 부여된 값은 수일 동안 유지되며, 이 기간 동안 동일한 소비자로부터의 평가값은 무시한다. 이는 판매자(제품 사업자)가 거짓으로 자신의 등급을 올리거나 혹은 특정 판매자(제품 사업자)에 대해 악의적인 공격이 가해지는 등의 부정행위를 방지하기 위한 것이다. 또한 명성도 평가와 함께 코멘트 작성의 기회가 부여되는데, 이는 트랜잭션이 한번 발생할 때마다 판매자(제품 사업자)와 소비자에게 한 번씩 주어진다.
- [0077] 또한, 판매자(제품 사업자)의 신뢰 확보에 요구되는 웹 사이트의 서비스 구조는 도 5에 도시된 바와 같이, 기존 웹 사이트 서비스의 인프라 변형을 최소화하면서도 판매자(제품 사업자)의 신뢰 경향을 고려하는 방식으로 제시된다.
- [0078] 즉, 기존 웹 사이트의 서비스 구조에서는 판매자(제품 사업자)의 신뢰 경향을 고려할 수 있는 부분이 포함되어 있지 않아, 소비자로 하여금 판매자(제품 사업자)의 신뢰도 파악이 불분명하였고, 이로 인한 소비자의 제품 거래에서 발생하는 피해는 심각하였다. 다시 말해 기존 웹 사이트의 서비스 구조를 통한 제품 거래 시 판매자의 신뢰 파악이 제대로 이루어지지 않아 소비자의 제품 거래 시 해당 구매 제품의 미수령 문제, 제품 배송 과정에서 제품의 파손 문제 등과 같은 피해들이 일례로 제시될 수 있다.
- [0079] 그러므로 본 발명에서의 웹 사이트 서비스 구조는 도 5에 도시된 바와 같이 기존 웹 서비스의 구조와 동일 구조를 가지되, 하나의 독립된 '판매자(제품 사업자) 신뢰 트리 지원 모듈'을 추가하여 판매자(제품 사업자)의 신뢰 정보를 수집/질의/갱신하도록 설계되므로, 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리 지원 모듈에 기존 판매자(제품 사업자)를 단순히 등록하는 절차만으로도 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리의 구성과 소비자 정보 요청에 대한 응답까지 수행 가능하게 된다.
- [0080] 기존 웹 서비스에서는 UDDI(Universal Description, Discovery, and Integration)를 사용하여 등록된 서비스를 모두에게 공개하지 않고 특정 집단이나 협력업체에게만 접근을 허용한다. 본 발명에서는 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리 정보에 접근하기 위한 모듈을 UDDI에 위치시켜 외부로부터 개인 성향 트리 정보의 접근을 차단하고, 단지 웹 사이트(독립마켓)를 통해서만 접근 가능하도록 설계되어 있다.
- [0081] 그러므로, 기존 웹 서비스 구조의 변경 없이 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리를 지원하는 독립 모듈을 설계하여 UDDI 레지스트리에 기록하고, UDDI 레지스트리에서 이를 지원할 수 있도록 WSDL(Web Services Description Language)을 이용한 인터페이스를 정의하는 모듈을 설계하게 된다.
- [0082] 도 5에 도시된 바와 같이, 기본적인 웹 서비스 구조는 일반적인 웹 서비스 구조와 동일하며, 다만 굵은 점선으로 기술된 부분이 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리가 웹 서비스에 적용된 모듈을 의미한다. 이는 기존 웹 서비스의 구조 변경을 최소화하여 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리의 실제 웹 서비스 활용성을 극대화할 수 있도록 하기 위함이다.
- [0083] 웹 서비스를 운용하는 공급자(콘텐츠 사업자)는 UDDI에 등록된 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리 지원 모듈을 통해 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리의 기본 틀을 규정한다. 신규 판매자(제품 사업자)가 웹 사이트(독립마켓)에 등록하면 규정된 기본 틀에 맞추어 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리가 구성되고 할당된다.
- [0084] 이후 판매자(제품 사업자)가 서비스 등록 양식에 따라 서비스 등록을 신청하면 웹 서비스 공급자(콘텐츠

사업자)는 등록 양식에 기재된 정보와 판매자의 정보를 바탕으로 WSDL을 통하여 UDDI에 서비스를 등록하는 한편, UDDI내의 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리 갱신 모듈을 호출한다. 판매자(제품 사업자) 신뢰 트리 갱신 모듈은 추가된 서비스를 검사하여 새로운 카테고리인 경우에 판매자(제품 사업자)의 신뢰 트리를 확장한다.

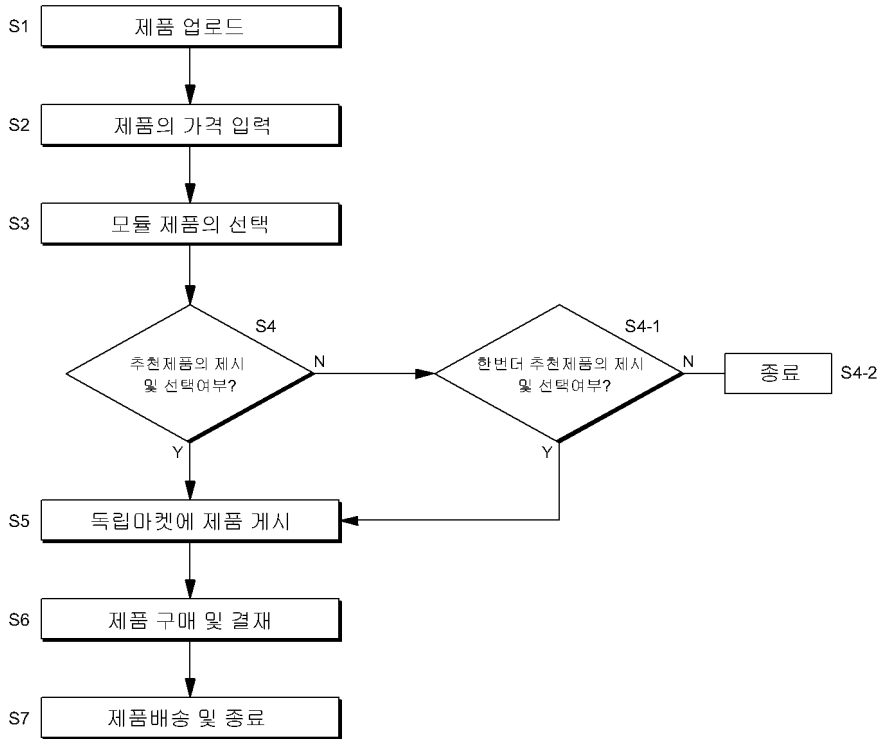
- [0086] 상술된 바와 같이, 본 발명은 기존 제품 판매자(유통사, 제조사, 개인, 소매업자)는 팔고자 하는 제품에 대하여 콘텐츠를 직접 제작하거나 용역을 통하여 디자인 페이지, 홍보 영상 등을 제작하여 제품을 온라인이나 오프라인에서 판매하는 방식을 탈피하여 제품 판매에 이르기까지의 판매자 수고와 노동 및 원가 비용을 줄여줄 수 있는 진일보된 기술이다.
- [0087] 또한, 기존 제품의 복잡한 유통 경로를 축약시켜 제품의 유통 마진을 줄임으로써 제품 원가를 낮출 수 있고, 이로 인한 제품을 판매하기 위한 판매자의 판매 경쟁 시장을 선점할 수 있다.
- [0088] 또한, 공급자(콘텐츠 사업자)는 자신의 콘텐츠에 포함된 제품에 대하여 자유로운 검색을 통한 취사 선택이 가능하며, 선택 제품을 자신의 독립마켓(브랜드샵)을 이용하여 판매할 수 있는 이점을 누릴 수 있다.
- [0089] 제품의 판매대금 중 일부는 도매상에게 결제되고, 나머지 금액은 공급자에게 정산된다. 이는 기존 도매상을 발로 뛰며 제품을 수급하여 왔던 제품 개인 판매자 및 최종 판매자의 제품 판매에 대한 수고로움을 덜어 주는 것으로 전자상거래 유통구조에 새로운 패러다임을 제시할 수 있다.

도면

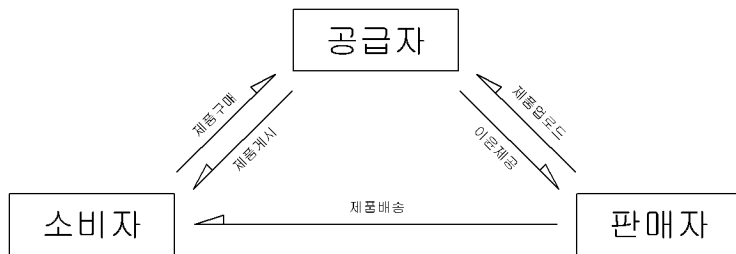
도면1



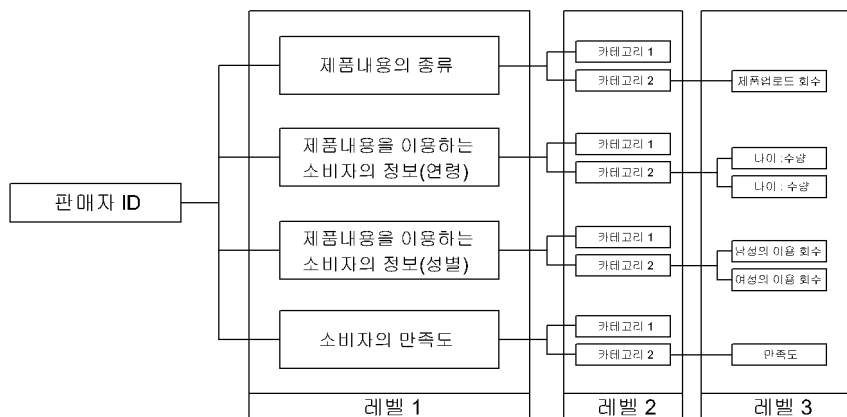
도면2



도면3



도면4



도면5

