



(12)

CERERE DE BREVET DE INVENȚIE

(21) Nr. cerere: **a 2018 00088**

(22) Data de depozit: **14/02/2018**

(41) Data publicării cererii:
30/10/2018 BOPI nr. **10/2018**

(71) Solicitant:

- **IONICĂ ANDREEA CRISTINA**,
STR. 1 DECEMBRIE 1918, 74/68,
PETROȘANI, HD, RO;
- **ZICA MIHAELA RODICA**,
STR. POIANA CÂMPINA NR.7, BL.A8, SC.B,
ET.1, AP.25, SECTOR 6, BUCUREȘTI, B,
RO;
- **LEBA MONICA**, ALEEA TRANDAFIRILOR
BL. 4, SC. 5, AP. 51, PETROȘANI, HD, RO;
- **RIUREAN SIMONA MIRELA**,
STR.COASTA NR.28, PETROȘANI, HD, RO

(72) Inventatori:

- **IONICĂ ANDREEA CRISTINA**,
STR. 1 DECEMBRIE 1918, BL.74, SC.3,
AP.68, PETROȘANI, HD, RO;
- **ZICA MIHAELA RODICA**,
STR.POIANA CÂMPINA NR.7, BL.A8, SC.B,
ET.1, AP.25, SECTOR 6, BUCUREȘTI, B,
RO;
- **LEBA MONICA**, ALEEA TRANDAFIRILOR
BL. 4, SC. 5, AP. 51, PETROȘANI, HD, RO;
- **RIUREAN SIMONA MIRELA**,
STR.COASTA NR.28, PETROȘANI, HD, RO

(54) INSTRUMENT DE MARKETING MOBIL BAZAT PE TEHNICILE SPECIFICE JOCURILOR/GAMIFICATION

(57) Rezumat:

Invenția se referă la un instrument de marketing mobil, ce are ca scop influențarea comportamentului consumatorului, folosind ca suport o aplicație de mobil bazată pe tehnici specifice jocurilor, având ca obiectiv general îmbunătățirea mijloacelor de promovare. Instrumentul de marketing, conform invenției, cuprinde: extragerea unui profil al unui utilizator, cuprinzând preferințele acestuia, profilul conținând date generale și informații culese pe parcursul folosirii unei aplicații privind comportamentul utilizatorului, care este completat de alegerea unor teme care să se potrivească opțiunilor sale, în cadrul fiecărei teme alese, aplicația propunând jocuri de rolul, iar progresul utilizatorului în cadrul acestora actualizează punctajul și nivelul în cadrul aplicației. Parcurgând jocurile, utilizatorul este pus în contact cu diferite produse și servicii, câștigă puncte care îi permit să își îmbunătățească statutul în cadrul aplicației, dar și să aibă acces la reduceri, vouchere, premii. Produsele și serviciile promovate în cadrul aplicației pot proveni de la furnizori parteneri ai aplicației, dar și de la utilizatorii aplicației, care, prin creșterea nivelului, devin actori activi sau comercianți.

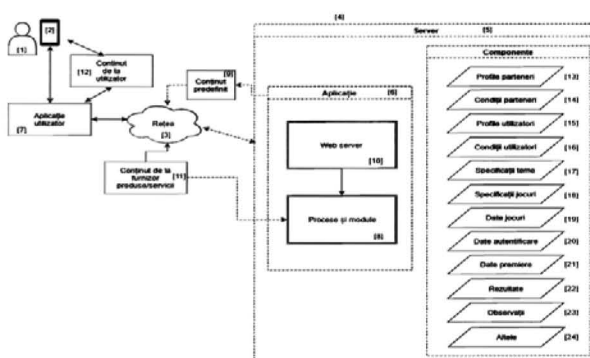


Fig. 1

Revendicări: 1

Figuri: 15

Cu începere de la data publicării cererii de brevet, cererea asigură, în mod provizoriu, solicitantului, protecția conferită potrivit dispozițiilor art.32 din Legea nr.64/1991, cu excepția cazurilor în care cererea de brevet de invenție a fost respinsă, retrasă sau considerată ca fiind retrasă. Întinderea protecției conferite de cererea de brevet de invenție este determinată de revendicările conținute în cererea publicată în conformitate cu art.23 alin.(1) - (3).



81

**INSTRUMENT DE MARKETING MOBIL BAZAT PE TEHNICILE SPECIFICE
JOCURILOR / GAMIFICATION**

Buletin de Inventii si Marci	
Cerere de brevet de inventie	
Nr.	a 2018 000 88
Data depozit 14 -02- 2018..	

Invenția are drept scop influențarea comportamentului consumatorului, folosind ca suport o aplicație de mobil bazată pe tehnicile specifice jocurilor, având ca obiectiv general îmbunătățirea mijloacelor de promovare.

Studiile realizate în domeniul instrumentelor de marketing arată că peste 80% dintre marketeri folosesc o formă de marketing mobil. În ultimii 20 de ani marketing-ul mobil a evoluat de la utilizarea SMS, apoi MMS, cu conținut de imagini și video, optimizarea paginilor de internet pentru afișare pe terminal mobil ajungând la aplicații dedicate smartphone-urilor / telefoanelor mobile.

Atât pentru SMS cât și pentru MMS apare reticența utilizatorilor în privința receptării de mesaje promoționale pe telefonul mobil, ratele de răspuns ale consumatorilor în România sunt sub nivelul înregistrat în alte țări ca Marea Britanie, Franța sau Japonia. Consumatorii consideră agasantă această formă de promovare.

Pentru o eficiență comunicare, aceasta trebuie să fie personalizată, să fie folosite instrumente de interactivitate. Pentru ca un instrument să fie eficient trebuie o bună definire a scopului comunicării și trebuie să existe suficiente date pentru definirea profilului utilizatorului.

Instrumentul propus prin această invenție elimină deficiențele identificate în campaniile de marketing mobil, prin utilizarea de tehnici specifice jocurilor cu scopul de a motiva, implica/angrena consumatorul în campania de marketing. Prin aceasta realizăm influențarea comportamentului acestuia pentru a-i defini clar profilul și pentru a oferi personalizare comunicării cu acesta.

Instrumentul propus folosește gamification, care înseamnă utilizarea tehnicilor specifice proiectării jocurilor într-un context de marketing mobil. Consumatorul este atras să utilizeze aplicația de telefon mobil devenind prin aceasta un actor în promovare. Astfel, consumatorul descoperă, explorează și promovează un produs sau un serviciu. În cadrul aplicației fiecare consumator interacționează și concurează cu ceilalți, fiind astfel motivat să utilizeze tot mai mult aplicația, să contribuie la dezvoltarea conținutului acesteia ca instrument de marketing mobil.

Consumatorul face marketing mobil fără a avea o pregătire prealabilă, datorită tehnicilor de gamification implementate în aplicație. Consumatorul care este un utilizator obișnuit chiar și virtual aduce o contribuție la promovarea produsului sau

Marina Zdravescu SR.

serviciului și la creșterea bazei de date a aplicației, adăugând noi informații despre elementele pe care le-a explorat sau de care a auzit.

Utilizatorul își crează un cont cu minimul de informații, urmând ca profilul acestuia să fie îmbunătățit ca urmare a interacțiunilor din cadrul aplicației. De asemenea, acesta își alege opțiunile inițiale, oricând poate reveni asupra acestora.

Apoi, îi sunt prezentate temele posibile pentru opțiunea aleasă, din care poate alege și, în funcție de nivelul la care a ajuns, poate contribui cu informații sau elemente proprii suplimentare. Dacă utilizatorul este pe primul nivel în aplicație, poate introduce elemente proprii doar după ce au fost aprobate de administratorul aplicației. La nivele superioare nu mai este nevoie de aprobarea administratorului.

Fiecare temă oferă utilizatorului posibilitatea de a aduna puncte prin parcurgerea acesteia și rezolvarea unor jocuri pe traseu.

Utilizatorul este motivat să utilizeze aplicația și să strângă puncte în cadrul temelor parcurse pentru a putea trece de la un nivel la altul, fiecare nivel oferindu-i avantaje privind: gradul de implicare în îmbunătățirea aplicației, vouchere, discount-uri, acces la instrumente suplimentare din cadrul aplicației care îi permit să strângă mai ușor puncte etc.

Influențarea comportamentului consumatorului în contextul aplicației înseamnă: trecerea de la simplu profil al unui utilizator care a auzit de aplicație, la un profil bine definit de cerințe clar exprimate pe măsură ce parcurge aplicația. Consumatorul poate deveni chiar un specialist care împărtășește din experiențele personale, practicând astfel promovarea.

Motivarea prin gamification îl face pe consumator să exploreze temele alese în funcție de opțiunile sale inițiale și să rezolve jocurile propuse în cadrul fiecărei teme pentru a strânge puncte și a trece la nivele superioare care să-i permită să devină un actor activ în cadrul aplicației și să acceseze instrumente suplimentare.

Metoda urmărește influențarea comportamentului consumatorului. De exemplu, prin utilizarea aplicației bazată pe gamification, comportamentul dorit poate fi ca un utilizator, de exemplu turist, să viziteze anumite locații dintr-un oraș, un anumit sit istoric, atracții naturale sau să fie determinat să cumpere anumite tipuri de produse și servicii. O simplă listă de produse sau servicii ar fi neatractivă dacă nu ar fi însoțită de legături între elementele din această listă, de experiențe familiare sau dorite ale consumatorului, exprimate prin temele din cadrul aplicației. Prin interacțiune cu alți participanți se pot evita anumite situații nedorite, chiar periculoase,

cum ar fi de exemplu, în cazul turiștilor, pentru anumite produse sau servicii legate de anumite locații sau destinații.

Astfel, se asigură suportul pentru a ajunge la comportamentul dorit al consumatorului printr-o participare plăcută, dorită, stimulativă.

Aplicația este modulară, fiecare modul include rutine, programe, structuri de date, care pot fi personalizate pentru scopul utilizării instrumentului.

Lista figuri:

Figura 1. Schema de principiu

Figura 2. Schema logica

Figura 3. Ecranul inițial al aplicației

Figura 4. Ecranul de înregistrare utilizator

Figura 5. Ecranul de profil al utilizatorului

Figura 6. Ecranul de autentificare

Figura 7. Ecranul de recuperare parolă

Figura 8. Ecranul de modificare a parolei

Figura 9. Modulul "Contribui"

Figura 10. Alegere opțiune

Figura 11. Alegere temă

Figura 12. Alegere joc

Figura 13. Clasament

Figura 14. Modulul "Cum acumulez puncte"

Figura 15. Modulul "Cum utilizez puncte"

În figura 1 este prezentat principiul de funcționare a instrumentului de marketing mobil propus, având ca suport aplicația de telefon mobil și toate elementele integrate. Orice accesare a aplicației de către utilizatori presupune o interacțiune bidirecțională între aceștia, prin telefonul mobil pe care rulează aplicația, și serverul care o deservește cu informații.

Mediul de funcționare al instrumentului de marketing propus include cel puțin un utilizator [1] care folosește un dispozitiv mobil [2] pentru a accesa informațiile furnizate de sistem. Dispozitivul mobil [2] poate fi orice tip de telefon mobil cu sistem de operare, care se poate conecta la o rețea de date [3] și poate comunica cu sistemul [4].

Rețeaua [3] poate fi orice rețea de comunicații de date fie locală, wireless sau date mobile care conectează dispozitivul utilizatorului [2] la sistem [4].

Sistemul [4] poate include unul sau mai multe servere [5] care furnizează diferite servicii de aplicații [6] către dispozitivul utilizatorului [2] prin rețea [3]. Utilizatorul [1] folosește o aplicație utilizator [7] care rulează pe dispozitivul său [2] pentru a accesa și folosi serviciile de aplicații [6] furnizate de server [5]. Aplicația utilizator [7] este o aplicație care se instalează pe telefonul mobil. Aplicația de pe telefonul mobil comunică date cu aplicația [6] care rulează pe server [5] sau cu alte dispozitive din sistem folosind un protocol de comunicații în rețea [3].

Aplicația server [6] poate executa un număr de procese și module [8] pentru a asigura servicii de aplicații pentru aplicația utilizator [7] prin intermediul unui web server [10]. Fiecare proces sau modul poate fi format din sub-componente care se pot executa pe server [5] sau pe alte dispozitive existente în sistem. Modulele pot fi implementate ca software, hardware, firmware sau o combinație între acestea.

Unul sau mai multe procese și/sau module pot furniza conținut [9] (de tip joc) către utilizator (pe dispozitivul utilizatorului) pe baza datelor furnizate de utilizator în profil, a opțiunilor alese și a datelor culese din timpul folosirii aplicației. Conținutul furnizat poate fi predefinit în sistem [9], poate fi preluat de la furnizorii de produse și servicii [11] sau de la utilizatori ai sistemului [12].

Procesele și/sau modulele [8] din sistem pot folosi date referitoare la: profiluri parteneri [13], condiții parteneri [14], profiluri utilizatori [15], condiții utilizatori [16], specificații teme [17], specificații jocuri [18], date jocuri [19], date de autentificare [20], date premiere [21] (punctaj/nivel), rezultate [22], observații [23] și altele [24].

În figura 2 se prezintă funcționalitatea și caracteristicile asociate modulelor integrate în sistemul propus. La început se determină dacă utilizatorul are sau nu cont în cadrul sistemului [1]. Dacă nu are, se execută pasul [2] care permite utilizatorului să-și creeze și înregistreze un cont în cadrul sistemului și să își definească un profil [3] și preferințe [4]. În cazul în care utilizatorul are cont, se face pasul [5], care permite autentificarea acestuia în sistem. Pentru autentificare, utilizatorul trebuie să-și acceseze contul folosind parola definită de acesta anterior [6]. Dacă parola furnizată este incorectă, se poate realiza recuperarea parolei [7] și se revine la pasul [1]. Dacă parola este corectă se trece la pasul [8], unde utilizatorul va putea opta pentru una din variantele: "Contribui" sau "Explorez". Dacă alege "Contribui", se continuă cu pasul [9], care îi permite utilizatorului să adauge elemente, descrieri și fotografii pentru a fi integrate în cadrul sistemului, după validare. Pentru

fiecare element nou, descriere și/sau fotografii utilizatorul va primi un punctaj care va actualiza scorul curent în pasul [10] și statutul acestuia, pe baza scorului.

Dacă alege "Explorez", se continuă cu pasul [11], care înseamnă manifestarea unei preferințe prin alegerea unei teme predefinite din cadrul sistemului. Se începe prin alegerea unei opțiuni din cele disponibile [12], apoi se trece la pasul [13] alegerea temei [14] specifice opțiunii, apoi la pasul [15] alegerea jocului dorit. Pentru fiecare joc rezolvat, utilizatorul va primi un punctaj pe baza recenziilor, textelor și imaginilor încărcate, care va actualiza scorul curent în pasul [16] și statutul acestuia, pe baza scorului. La oricare din pașii [11], [13], [15] se poate opta pentru revenirea la pasul [8].

La pasul [17] utilizatorul poate opta pentru continuarea utilizării aplicației prin revenirea la pasul [8] sau părăsirea aplicației prin delogare, pasul [18].

Aplicația poate fi descărcată ca orice aplicație de telefon mobil. În momentul în care utilizatorul pornește aplicația pentru prima dată (figura 3), va avea posibilitatea să își creeze un cont în cadrul acesteia pe baza unei adrese de e-mail, alegând o parolă și furnizând câteva informații personale (figura 4). Oricând pe parcursul folosirii aplicației, utilizatorul își poate vizualiza/edita profilul (figura 5). La următoarele accesări ale aplicației, utilizatorul se va autentifica prin adresa de e-mail și parola înregistrate (figura 6). În cazul în care utilizatorul și-a uitat parola, aceasta poate fi recuperată prin specificarea adresei de e-mail utilizată la înregistrare și trimiterea pe această adresă a unei parole temporare (figura 7). Utilizatorul își poate schimba oricând parola prin accesarea ecranului de modificare a parolei (figura 8).

Dacă utilizatorul alege să contribuie cu elemente în aplicație, cu condiția ca acesta să își fi câștigat dreptul prin punctajul acumulat și nivelul la care a ajuns, va putea încărca texte, imagini sau jocuri propuse cu specificarea opțiunii și temei vizate (figura 9).

Administratorul aplicației, cu acces la datele de pe server, va urmări în timp real contribuțiile utilizatorilor și va accepta sau nu plasarea acestora în aplicația mobilă pentru a evita publicarea informațiilor neadecvate.

Dacă utilizatorul alege să exploreze aplicația, indiferent că este vorba de un utilizator nou cu punctaj zero sau de unul cu experiență anterioară reflectată în punctajul acumulat, va avea posibilitatea de a alege o opțiune conform preferințelor sale (figura 10) și pe baza acestei opțiuni una din temele disponibile (figura 11). Fiecare din teme are propuse o serie de jocuri prin care utilizatorul este motivat să

46

acceseze produse și servicii integrate în tema aleasă (figura 12). De asemenea, rezolvând aceste jocuri va acumula puncte și în funcție de punctaj va ajunge la un anumit nivel în aplicație (figura 13).

Pe măsură ce utilizatorul folosește aplicația, acesta acumulează puncte (figura 14), care pot fi folosite pentru trecerea la un nivel superior în aplicație (figura 13) sau pentru obținerea de reduceri (figura 15). Acestea sunt modulele care sunt legate de gamification.

Utilizarea tehnicilor specifice jocurilor în alt context decât joc este cunoscută în literatura și practica actuală sub denumirea de gamification.

Pe baza noțiunii de gamification se pot crea evenimente utilizabile în marketingul digital respectiv marketingul mobil dedicate consumatorilor potențiali, atragerii de noi consumatori, menținerii loialității celor existenți prin motivarea acestora.

Utilizarea gamification aduce beneficii în diferite arii profesionale cum ar fi: sănătate, educație, administrație publică, furnizorilor de servicii și produse și utilizatorilor de tehnologii moderne.

Utilizarea acestei tehnici crește frecvența și durata de folosire a soft-urilor dedicate pentru telefoane mobile, încurajând achiziționarea, implicarea și interacțiunea între utilizatori/consumatori.

Prin sistemul de cuantificare propus pe baza punctelor acumulate, se vor obține informații despre utilizatori referitoare la preferințe, obiceiuri, opțiuni. Aceste informații au un impact pozitiv asupra promovării anumitor produse și servicii care fac obiectul unor afaceri.

Există o serie de entități care vor beneficia direct de informațiile cu privire la profilul consumatorilor, acestea putând proveni din: administrația publică locală (primării), educație (școli, universități), turism (muzee, parcuri, hoteluri, restaurante etc), furnizori de servicii de transport etc.

În plus, multe persoane apreciază interacțiunea care le motivează și/sau le recompensează cu reduceri, cupoane, premii, jocuri și alte informații sau elemente de valoare.

Oricând pe parcursul folosirii aplicației, utilizatorul poate să apeleze butonul de delogare, prezent permanent în colțul fiecărui ecran, sub forma unei pictograme.

Dispozitivul utilizatorului poate fi orice tip de telefon mobil cu sistem de operare.

45

REVENDICĂRI

1. Un instrument de marketing mobil bazat pe o metodă de utilizare implementată în cadrul unei aplicații, care cuprinde:
 - a. Extragerea unui profil pentru utilizator cuprinzând preferințele acestuia [15]. Profilul conține date generale și informații culese pe parcursul folosirii aplicației despre comportamentul utilizatorului.
 - b. Comportamentul utilizatorului este definit și completat de alegerea unor teme care să se potrivească opțiunilor sale [17]. În cadrul fiecărei teme alese, aplicația propune jocuri de rezolvat [18] și progresul utilizatorului în cadrul acestora actualizează punctajul și nivelul în cadrul aplicației .
 - c. Parcurgând jocurile, utilizatorul este pus în contact cu diferite produse și servicii, câștigă puncte care îi permit să-și îmbunătățească statutul în cadrul aplicației, prin nivelul la care a ajuns, dar și să aibă acces la reduceri, vouchere, premii [22]. Produsele și serviciile promovate în cadrul aplicației pot proveni de la furnizori parteneri ai aplicației, dar și de la utilizatorii aplicației care prin creșterea nivelului devin actori activi, sau marketeri.



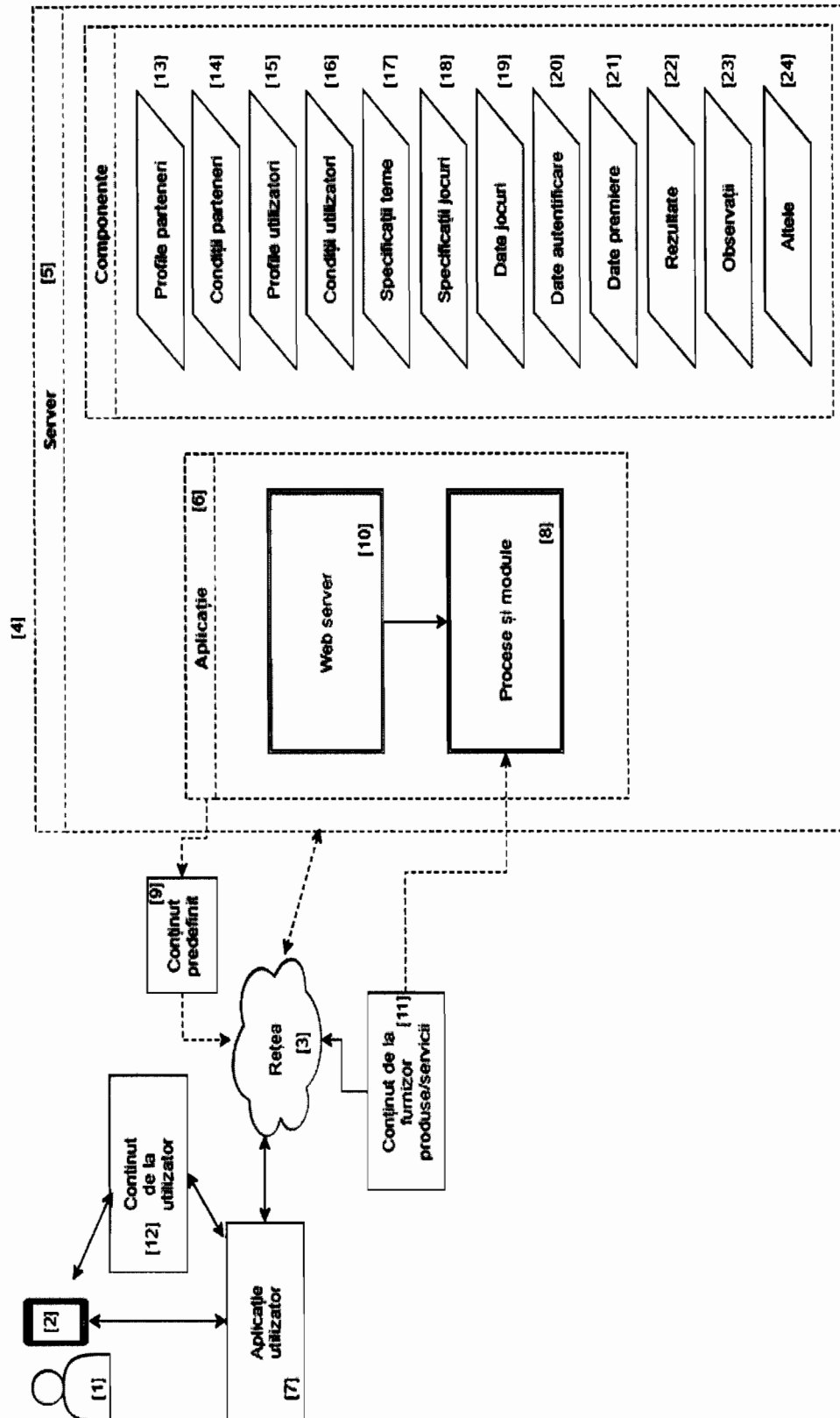


Figura 1. Schema de principii



Figura 3. Eranul inițial al aplicației



Figura 4. Ecranul de înregistrare utilizator



Figura 5. Ecranul de profil al utilizatorului

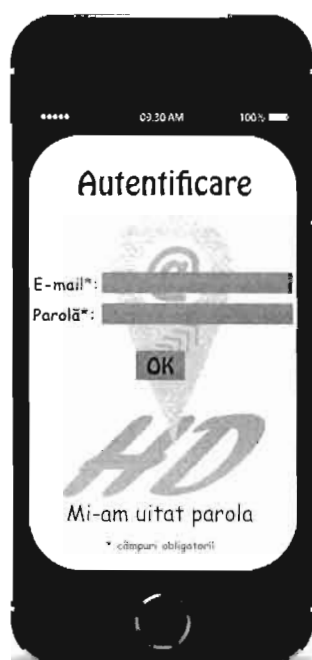


Figura 6. Ecranul de autentificare

Handwritten signature



Figura 7. Ecranul de recuperare parolă



Figura 8. Ecranul de modificare a parolei



Figura 9. Modulul "Contribui"



Figura 10. Alegere opțiune

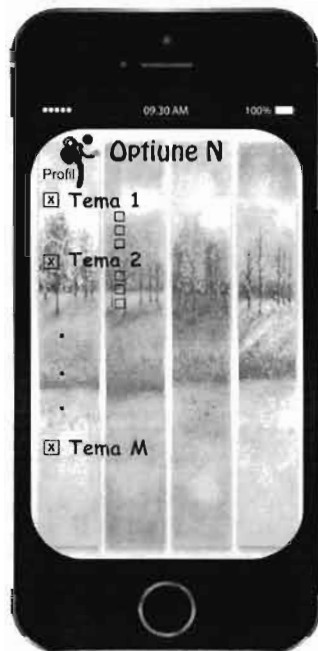


Figura 11. Alegere temă

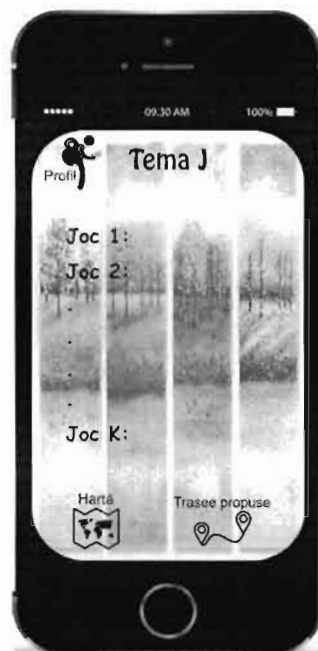


Figura 12. Alegere joc

Handwritten signature: *Handwritten signature*



Figura 13. Clasament



Figura 14. Modulul "Cum acumulez puncte"



Figura 15. Modulul "Cum utilizez puncte"