

REIVINDICACIONES

1. Un método para manejar vendedores e influenciadores que corren al menos una unidad de unidades de procesamiento y al menos uno de sus aparatos de cliente que comprende:

- Registrar un trabajo (48) que indica una descripción del trabajo (45) de dichos aparatos de cliente (2) de los vendedores (4), caracterizado porque un trabajo está definido por número de créditos por el intercambio de créditos (42);

- Representar alternativas de filtrado (47) indicando alternativas de filtrado de influenciadores (3) en dichos aparatos de cliente (2) de dichos vendedores (4);

- Emparejar un trabajo y un influenciador (49) que empareja trabajos en el sistema e influenciadores (3) de acuerdo con el filtrado designado;

- Representar alternativas para preferir trabajos (34) suministrando y mostrando las alternativas para preferir trabajos en dichos aparatos de cliente (2) de dichos influenciadores (3);

- Recolectar información (71) reuniendo datos de redes sociales (5) de la representación de datos (35) relacionados con las descripciones de los trabajos (45) de los proveedores de redes sociales en la base de datos del trabajo (9); y

- Transferir créditos (32) a dichos influenciadores (3) que prefirieron trabajos de las bases de datos de trabajos (9).

2. El método de la reivindicación 1, en donde hacer el reporte (72) comprende al menos una parte de los créditos

usados (441), y campañas (442) ilustrando una serie de categorías de trabajo, y números de influenciadores (414).

3. El método de la reivindicación 1, en donde dicha unidad de procesamiento (1) se conecta a datos en dichos aparatos de cliente (2) de dichos influenciadores (3) mostrando al menos una parte de los datos del número de créditos (311), el número de seguidores que vieron el contenido (314), el número de respuestas que llegaron de dichos seguidores que vieron el contenido (315).

4. El método de la reivindicación 3, en donde dicha unidad de procesamiento (1) se conecta con datos en dichos aparatos de cliente (2) de dichos influenciadores (3) al representar al menos una parte del número de trabajos (313), número de marcas (312) dividido por el número de vendedores (4).

5. El método de la reivindicación 1, en donde dicho intercambio de créditos (42) proporciona una unidad estimada (421) que exhibe la relación entre dicho número de créditos, dicho número de influenciadores, y dicho número de seguidores.

6. El método de la reivindicación 1, en donde dicha transferencia de créditos (32) proporciona unidades de intercambio (321) que transforma créditos en la unidad equivalente a la unidad de la cuenta receptora (322).

7. El método de la reivindicación 1, en donde la representación de alternativas de filtrado (47) muestra las selecciones para filtrar los influenciadores (3) de un proceso

de suscripción (33) dando una evaluación de la cuenta del usuario (336).

8. El método de la reivindicación 7, en donde el proceso de suscripción (33) se conecta a dicha evaluación de la cuenta del usuario (336) proporcionando un indicio del canal de redes sociales (331).

9. El método de la reivindicación 7, en donde el proceso de suscripción (33) se conecta a dicha evaluación de la cuenta del usuario (336) proporcionando una estimación del valor de las publicaciones (332).

10. El método de la reivindicación 7, en donde dicho proceso de suscripción (33) se conecta a dicha evaluación de la cuenta del usuario (336) proporcionando un indicio del campo de interés (334).

11. El método de la reivindicación 1, en donde la indicación de la descripción del trabajo (45) proporciona una selección de categoría de trabajo (44) seleccionada de al menos una parte de compartir contenido (443), valoraciones (442), auditoría de medios y/o películas (441).

12. Un sistema para manejar vendedores e influenciadores, que comprende:

- Al menos una parte de unidades de procesamiento (1);
- Uno de sus aparatos de cliente, que comprende bases de datos compuestas de bases de datos de redes sociales (7) y bases de datos de influenciadores (8) que registra

los datos de redes sociales (5) de los influenciadores (3) de proveedores de redes sociales, las bases de datos de trabajos (9) que registra trabajos de vendedores (4) y la unidad e manejo de crédito (6) colocada en dicha unidad de procesamiento (1), caracterizado porque dichos aparatos de cliente (2):

- Conectar a dichas bases de datos de influenciadores (8), dichas bases de datos de redes sociales (7), dichas bases de datos de trabajos (9) y dicha unidad de manejo de crédito (6), contiene una unidad que representa los datos del vendedor (41) muestra alternativas de intercambio de crédito (418), crea alternativas de trabajos (419), al menos una parte de los datos del número de seguidores (415), el número de respuestas al contenido visto por los seguidores, y el número de respuestas al contenido visto por los seguidores (417); y

- Conectar a dichas bases de datos de los influenciadores (8), dichas bases de datos de redes sociales (7), y dichas bases de datos de trabajos (9), contiene una unidad de datos del influenciador (31) que muestra alternativas para trabajos preferidos (34) y conecta a al menos una parte de los datos del número de créditos ganado (311); y

13. El sistema de la reivindicación 12, en donde dicha unidad que representa los datos del vendedor (41) muestra al menos una parte de los créditos usados (411), el número de campañas (11) presentando un grupo de categorías de trabajo, y los números del influenciador (414).

14. El sistema de la reivindicación 12, en donde la unidad de datos del influenciador (31) muestra al menos una parte del número de contenido visto por los seguidores (314), y el número de dichas respuestas (315) de los que vieron el contenido.

15. El sistema de la reivindicación 12, en donde la unidad de datos de los influenciadores (31) muestra al menos una parte del número de trabajos (313), el número de marcas (312) separados por vendedor (4).

16. El sistema de la reivindicación 12, en donde la unidad de manejo del crédito (6) muestra la unidad de estimativo (421) que exhibe las relaciones entre el número de créditos, el número de influenciadores, y dicho número de seguidores.

17. El sistema de la reivindicación 12, en donde la unidad de procesamiento (1) proporciona dicha unidad de intercambio (321) transformando créditos en la unidad correspondiente con la unidad de la cuenta del receptor (322).

18. El sistema de la reivindicación 12, en donde la unidad que representa los datos del vendedor (41) se conecta a la unidad que representa el nivel de actividad de mercadeo (73) la cual comprende al menos una parte del número de trabajos (731), el número de créditos (732), el número de influenciadores (734), y dicho número de seguidores (733) divididos por campaña.

19. El sistema de la reivindicación 18, en donde la unidad que representa los datos de nivel de actividad de

mercadeo (73) comprende una unidad que representa el nivel de datos de la campaña (74) que comprende al menos una parte del número de créditos (732), el número de influenciadores (734), y el número de dichos seguidores (733) categorizados por trabajo.

20. El sistema de la reivindicación 19, en donde la unidad que representa los datos del nivel de la campaña (74) comprende al menos una parte de la suma de los créditos usados (411), dicho número de seguidores (415), dicho número de seguidores que vieron el contenido (416), dicho número de respuestas (416) de la totalidad de los trabajos.

21. El sistema de la reivindicación 19, en donde dicha unidad que representa los datos del nivel de la campaña (74) comprende una unidad que representa los datos del nivel de trabajo (75) que comprende los datos personales de todos los influenciadores (751) en la totalidad de las categorías de trabajos.

22. El sistema de la reivindicación 21, en donde la unidad que representa el nivel de datos del trabajo (75) comprende al menos una parte de dicha suma de créditos usados (411), dicho número de seguidores (415), dicho número de seguidores que vieron el contenido (416), y dicho número de respuestas (416) de la totalidad de los influenciadores.

23. El sistema de la reivindicación 21, en donde los datos personales de los influenciadores (751) de cada persona en todas las dichas categorías de trabajos a una unidad que representa el nivel de datos de los influenciadores (76) que comprende al menos una parte de dichos números de seguidores

(415), y dicho número de respuestas (417) divididos por cada influenciador (3).

24. El sistema de la reivindicación 23, en donde la unidad que representa el nivel de datos de los influenciadores (76) muestra la cuenta de usuario del influenciador (3) en dichas redes sociales (5) que representan los datos (35) según fueron designados los vendedores.

25. El sistema de la reivindicación 12, en donde las bases de datos de trabajos (9) registra los trabajos de los vendedores (4) que comprende un sistema de manejo de tiempo (415) caracterizado porque el vendedor (4) es capaz de especificar el periodo de tiempo para que el influenciador reúna la información (71).

26. El sistema de la reivindicación 12, en donde las bases de datos de trabajos (9) registra los trabajos del vendedor (4) que comprende un sistema de manejo de tiempo (451) caracterizado porque el vendedor (4) es capaz de especificar al menos un periodo de tiempo para que el influenciador (3) prefiera el trabajo, y para representar los datos (53) en redes sociales (5), así como para también para que el vendedor pueda presentar un trabajo a un influenciador (3).