

(19)대한민국특허청(KR) (12) 등록특허공보(B1)

(51) 。 Int. Cl.⁷
G06F 17/30

(45) 공고일자 2005년02월03일
(11) 등록번호 10-0469824
(24) 등록일자 2005년01월25일

(21) 출원번호 10-2004-0038661
(22) 출원일자 2004년05월29일

(65) 공개번호
(43) 공개일자

(73) 특허권자 엔에이치엔(주)
서울특별시 강남구 역삼동 737 스타타워빌딩 34층

(72) 발명자 이우성
서울특별시양천구신월2동615-6대경연립나동103호

(74) 대리인 천성진

심사관 : 이영수

(54) 광고 그룹에 기초한 검색 목록순의 노출 관리 방법 및노출 관리 시스템

요약

본 발명은 검색 목록순의 추출에 관여하는 하나 이상의 광고 레코드를 하나의 광고 그룹으로 연관시키고, 광고 조건
의 속성 조정 및 광고 종료 조건의 만족에 따른 검색 목록순 차단이 일괄적으로 수행되도록 하여 계층적인 광고 관리
를 구현하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템에 관한 것이다.

본 발명의 일실시예에 따른 검색 목록순의 노출 관리 방법은, 키워드 및 상기 키워드에 대응하는 검색 목록순을 저장
하기 위한 검색 정보 데이터베이스를 유지하는 단계와, 상기 저장되는 키워드 중에서 소정 개수의 키워드를 선정하여
소정의 광고 레코드에 기록하는 단계와, 하나 이상의 상기 광고 레코드를 광고 그룹으로 연관시키는 단계와, 소정의
검색 요청을 위해 입력된 키워드에 대응하는 검색 목록순을, 상기 검색 정보 데이터베이스를 참조하여 추출하는 단계,
및 상기 입력된 키워드와 관련되는 광고 레코드를 참조하여, 상기 추출된 검색 목록순이 표시되도록 제어하는 단계를
포함하고, 상기 광고 레코드는 상기 검색 목록순이 표시되는 광고 노출 위치에 관한 등급 순위 정보를 포함하고, 상기
추출된 검색 목록순이 표시되도록 제어하는 상기 단계는, 상기 광고 노출 위치에서의 소정 입찰 처리를 수행하고, 상
기 입찰 처리 결과에 따라 상기 추출된 검색 목록순에 대한 표시 가능 여부를 판단하는 단계를 포함하는 것을 특징으
로 한다.

본 발명에 따르면, 검색 목록순의 추출에 관여하는 하나 이상의 광고 레코드를 하나의 광고 그룹으로 그룹핑하고, 검
색 목록순에 대한 추출 변경 요소가 광고 그룹에 입력함에 따라 그룹핑된 광고 레코드에 대한 일괄적인 속성 변경이
이루어지도록 하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템을 제공하는 이점이 있다.

대표도

도 2

색인어

광고 관리, 광고 조건, 검색 광고, 키워드 광고

명세서

도면의 간단한 설명

도 1a는 본 발명에 따른 노출 관리 시스템의 동작 개념을 간략하게 설명하기 위한 도면이고, 도 1b는 단위 계층을 조직화하는 노출 관리 시스템의 구체적인 계층 구조를 설명하기 위한 도면이다.

도 2는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 노출 관리 시스템을 나타내는 구성도이다.

도 3a 및 도 3b는 본 발명에 따른 파트너 사이트 각각으로 추출이 이루어지는 검색 목록순을 설명하기 위한 도면이다.

도 4는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 노출 관리 방법을 구체적으로 도시한 작업 흐름도이다.

도 5a는 본 발명에 따른 광고 그룹을 연관시키는 방법의 일예를 작업 흐름도이고, 도 5b는 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율을 고려하여 입찰 처리를 수행하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이며, 도 5c는 특정 광고 노출 위치에서의 입찰 방식에 따라 표시되는 검색 목록순을 결정하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

도 6은 본 발명에 따른 검색 목록순의 노출 대상을 한정하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

도 7은 본 발명에 따른 광고 레코드의 속성을 변경 처리하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

도 8a는 본 발명에 따른 광고 비용을 산출하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이고, 도 8b는 검색 목록순이 표시되는 파트너 사이트를 특정하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

도 9는 본 발명에 따른 광고 종료 조건에 의거하여 검색 목록순의 추출을 차단하는 노출 광고 방법의 작업 흐름도이다.

도 10은 본 발명에 따른 노출 관리 방법을 수행하는 데 채용될 수 있는 범용 컴퓨터 장치의 내부 블록도이다.

<도면의 주요 부분에 대한 부호의 설명>

200 : 노출 관리 시스템 210 : 광고 레코드

220 : 광고 그룹 230 : 광고 조건 입력 수단

240 : 결과 제공 수단 250 : 집행 정보 생성 수단

260 : 동작 제어 수단

발명의 상세한 설명

발명의 목적

발명이 속하는 기술 및 그 분야의 종래기술

본 발명은 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템에 관한 것으로서, 보다 상세하게는, 검색 목록순의 추출에 관여하는 하나 이상의 광고 레코드를 하나의 광고 그룹으로 연관시키고, 광고 조건의 속성 조정 및 광고 종료 조건의 만족에 따른 검색 목록순 차단이 일괄적으로 수행되도록 하여 계층적인 광고 관리를 구현하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템에 관한 것이다.

근래의 인터넷 대중화와 더불어, 검색자가 검색 엔진을 통해 입력한 질의에 응답하여, 검색 결과로서 광고주에 대한 간략 정보를 제공하는 정보 검색 서비스가 활발하게 운영되고 있으며, 이러한 정보 검색 서비스를 통해 광고주는 자사에 대한 광고 홍보를 검색자에게 제공할 수 있게 된다.

일반적으로, 광고주의 간략 정보를 정보 검색 서비스에 의해 표시되도록 하기 위해서, 광고주에게는 개별 검색 엔진과의 소정 계약 관계 체결을 위한 등록 과정이 요구된다. 상기 계약 관계에는, 간략 정보의 표시에 관련되는 광고 조건, 간략 정보의 표시에 따라 발생하는 광고 비용, 간략 정보의 표시를 차단하는 종료 조건 등에 관한 것이 있을 수 있으며, 이러한 계약 관계에 의한 간략 정보의 등록을 복수의 검색 엔진에 대해 일일이 체결해야 하는 것이 광고주에게 상당한 번거로운 과정인 것은 주지의 사실이다. 또한, 검색 엔진과의 개별 계약 체결에 따라, 간략 정보의 표시에 대한 광고 관리 자체가 복잡해지며 체계적인 관리가 용이하지 않게 된다는 우려가 상존하고 있다.

이를 극복하고자, 대한민국 출원 제10-2002-69485 호(이하, 출원 발명이라 함)에서는 검색 광고와 관련되는 하나 이상의 검색 목록을 그룹(카테고리)으로 묶어서 관리할 수 있는 수단을 광고주에게 제공하는 발명을 개시하고 있다. 이를 통해 출원 발명은 광고주의 검색어 수정 입력에 의해 카테고리에 포함되는 검색 목록에 대한 URL, 제목, 설명 등이 한꺼번에 수정되도록 하여 검색 목록에 대한 관리가 체계적이며 용이하게 이루어지도록 하고 있다.

하지만, 출원 발명에서는 광고 관리가 이루어지는 수정의 대상을 검색 목록(광고주의 간략 정보)의 내용으로 제한하고 있고, 여타의 광고 조건의 변경이나 검색 목록별의 선택적인 검색 목록에 수정에 대해서는 여전히 광고주의 개별 수정/변경에 의존하는 한계를 지니고 있다.

더불어, 광고주의 마케팅 광고 전략에 따라, 검색 엔진에 대한 광고 예산을 편성하거나 발생하는 클릭수를 유연하게 조정하는 등의 본격적인 광고 관리 서비스는 상기 출원 발명에 의해서는 유추하기 불가능하며, 이로 인해 광고주의 효과적인 광고 수행이 저해된다는 문제점이 발생하게 된다.

한편, 광고주가 기획한 광고 효과 또는 소정의 판매 실적이 달성되는 시점에서 간략 정보의 표시가 더 이상 이루어지지 않도록 하여 불필요한 광고 비용이 발생되지 않도록 하는 것을 광고주가 절실하게 요구할 수 있다. 이러한 실정인데도 불구하고 현재까지의 광고 관리 방식은 간략 정보의 표시에 따라 발생하는 광고 효과나 판매 실적에 대한 고려 없이, 등록 시 체결되는 계약에 따라 일방적으로 간략 정보를 표시시키는 것에 머무르고 있는 상태이다.

따라서, 기존의 단순하게 검색 목록을 묶어 관리하는 광고 관리 방식에서 탈피하여 광고주의 마케팅 광고 전략에 따라 간략 정보의 표시를 유연하게 제어할 수 있는 새로운 형태의 검색 목록순 노출 관리 모델의 등장 요구되고 있다. 더불어, 간략 정보가 표시되는 노출 대상에 대한 조정이 하나의 변경 요소 데이터 입력에 따라 수행되도록 하여 일괄적인 속성 변경이 유도되도록 하는 노출 관리 모델이 요구되고 있다.

발명이 이루고자 하는 기술적 과제

본 발명은 상기와 같은 문제점을 해결하기 위하여 안출된 것으로서, 검색 목록순의 추출에 관여하는 하나 이상의 광고 레코드를 하나의 광고 그룹으로 그룹핑하고, 검색 목록순에 대한 추출 변경 요소가 광고 그룹에 입력함에 따라 그룹핑된 광고 레코드에 대한 일괄적인 속성 변경이 이루어지도록 하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템을 제공하는 것을 목적으로 한다.

또한, 본 발명의 목적은 검색 목록순이 표시되는 노출 대상을, 광고주의 임의 선택에 따라 지역, 연령, 성별로 제한함으로써, 광고주의 마케팅 광고 전략에 최적화하는 검색자에게 한하여 검색 목록순이 표시되도록 하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템을 제공하는 데에 있다.

또한, 본 발명의 다른 목적은 검색 목록순에 대한 검색자의 클릭 선택에 따라 생성되는 광고 집행 정보가 소정의 광고 종료 조건을 만족하는 시점에서, 검색 목록순의 표시가 차단되도록 함으로써 광고 종료 시점에 대한 광고주의 능동적 제어를 가능하게 하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템을 제공하는 데에 있다.

또한, 본 발명은, 추출 원인이 되는 키워드와, 검색 요청을 위해 입력되는 키워드와의 연관성 유무를 판단하는 방식에 따라 검색 목록순을 추출시키는 검색 모드의 다양화를 도모하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템을 제공하는 것을 또 다른 목적으로 한다.

발명의 구성 및 작용

상기의 목적을 이루기 위한 본 발명의 일 실시예에 따른 검색 목록순의 노출 관리 방법은, 키워드 및 상기 키워드에 대응하는 검색 목록순을 저장하기 위한 검색 정보 데이터베이스를 유지하는 단계와, 상기 저장되는 키워드 중에서 소정 개수의 키워드를 선정하여 소정의 광고 레코드에 기록하는 단계와, 하나 이상의 상기 광고 레코드를 광고 그룹으로 연관시키는 단계와, 소정의 검색 요청을 위해 입력된 키워드에 대응하는 검색 목록순을, 상기 검색 정보 데이터베이스를 참조하여 추출하는 단계, 및 상기 입력된 키워드와 관련되는 광고 레코드를 참조하여, 상기 추출된 검색 목록순이 표시되도록 제어하는 단계를 포함하고, 상기 광고 레코드는 상기 검색 목록순이 표시되는 광고 노출 위치에 관한 등급 순위 정보를 포함하고, 상기 추출된 검색 목록순이 표시되도록 제어하는 상기 단계는, 상기 광고 노출 위치에서의 소정 입찰 처리를 수행하고, 상기 입찰 처리 결과에 따라 상기 추출된 검색 목록순에 대한 표시 가능 여부를 판단하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 한다.

또한, 상기 목적을 달성하기 위한 기술적 구성으로서, 검색 목록순의 노출 관리 시스템은, 상기 검색 목록순의 표시와 관련되는 노출 정보를 기록하기 위한 광고 레코드와, 하나 이상의 상기 광고 레코드를 연관하는 광고 그룹과, 상기 광고 그룹에 소정의 광고 종료 조건을 기록하는 광고 조건 입력 수단과, 검색자의 검색 요청에 응답하여, 상기 노출 정보에 기초한 소정의 검색 목록순을 상기 검색자에게 제공하는 결과 제공 수단과, 상기 제공된 검색 목록순에 대한 상기 검색자의 클릭 선택을 수신하고, 상기 클릭 선택과 관련하여 생성된 소정의 광고 집행 정보를 상기 광고 그룹에 기록하는 집행 정보 생성 수단과, 상기 기록된 광고 집행 정보와 상기 광고 종료 조건을 비교하고, 상기 광고 집행 정보가 상기 광고 종료 조건을 만족하는 경우, 상기 광고 그룹과 연관되는 상기 광고 레코드에 의한 검색 목록순의 제공을 중단시키는 동작 제어 수단을 포함하는 것을 특징으로 한다.

이하, 첨부된 도면을 참조하여, 본 발명에 따른 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템에 대하여 설명한다.

본 명세서에서 지속적으로 사용되는 광고 그룹은, 광고주에 관한 검색 목록순을 복수의 광고 매체에 선택적으로 표시되도록 하기 위한 것으로서, 검색 목록순이 표시될 광고 매체를 특정하는 광고 레코드에 대한 계층적인 관리를 수행하기 위한 광고 관리 구조를 지칭할 수 있다. 즉, 광고 그룹은 광고주에 대한 광고 행위(검색 목록순 표시)가 체계적인 수행되도록 하기 위해 하나 이상의 광고 레코드를 조직화하여 관리하며, 광고 행위에 있어서 소정의 변경 사항이 발생하는 경우, 광고 그룹에 포함되는 모든 광고 레코드에 해당 변경 사항이 일괄적으로 반영되도록 하여 광고 관리의 편리성을 극대화할 수 있게 한다. 검색 목록순은, 소정의 검색자가 광고 매체의 일부인 검색 엔진 상에서 키워드를 입력함으로써 생성된 검색 요청에 응답하여 추출되는 검색 결과 항목 하나를 의미할 수 있다. 즉, 검색 목록순은 검색자(120)가 입력한 키워드에 대응되는 광고주(130)의 웹 페이지 또는 웹 사이트와 연관된 정보를 포함하며, 해당 웹 페이지 또는 웹 사이트의 제목, URL, 및 간단한 설명 등을 포함할 수 있다. 이러한 검색 목록순은, 일반적인 검색 결과로서의 기능과 함께, 검색 엔진 상으로 광고주에 대한 광고 정보를 검색자에게 제공되도록 하여 소정의 광고 효과(예컨대, 검색자를 광고주가 운영하는 웹 사이트로 접속 유도)가 발생되도록 하는 기능 또한 보유하고 있다.

도 1a는 본 발명에 따른 노출 관리 시스템의 동작 개념을 간략하게 설명하기 위한 도면이다.

노출 관리 시스템(100)은 광고 행위를 위한 소정의 광고 조건을 제어하는 단위 계층을 계층적 구조(피라미드 구조)로 조직함으로써 광고주(130)의 광고 행위가 체계적으로 관리되도록 하는 장치이다. 여기서 단위 계층은 광고 조건을 단 계별로 실현시키기 위한 구조체이며, 광고 관리가 이루어지는 규모, 광고 관리의 업무 성격 등에 따라 최상의 광고주 계층, 캠페인, 광고 집합, 및 최하의 광고 레코드 등으로 분류된다. 또한, 상이한 단위 계층 사이에는 지배/피지배 관계가 성립되어 광고 조건에 대한 일괄적이면서도 선택적인 조건 변경이 가능하다. 예컨대, 광고 조건에 대한 광고 변경

요소가 발생하는 경우, 노출 관리 시스템(100)은 관련되는 단위 계층의 광고 조건이 일괄적으로 변경되도록 조정하고, 광고 변경 요소가 발생하는 단위 계층의 위치를 식별하고 식별된 단위 계층과 피지배 관계에 있는 단위 계층에서만 선택적으로 상기 변경 요소가 반영되도록 제한할 수 있게 된다. 이와 관련된 상세한 설명은 후술한다.

먼저, 검색 엔진(110)은 검색자(120)가 찾고자 하는 콘텐츠 자료를 보유하는 웹 사이트로의 접속이 용이하도록 검색 작업을 지원하는 서치 프로그램 또는 서치 웹 서버를 의미할 수 있다. 즉, 검색 엔진(110)은 검색자(120)의 검색 요청에 응답하여 검색자(120)가 요구하는 정보를 제공할 수 있는 광고주(130)의 대한 간략 정보(바람직하게는 본 발명의 검색 목록순)가 제공되도록 함으로써 콘텐츠 자료의 검색에 소요되는 시간을 절약하며 검색 자료의 정확도를 높이는 역할을 수행한다. 특히, 추출된 간략 정보(검색 목록순)는 소정의 링크 정보를 포함하고, 단말 수단(125)에 표시되는 간략 정보(검색 목록순)에 대한 검색자(120)의 명령 입력 도구 클릭 선택(예, 마우스 클릭 입력)이 발생하는 경우, 검색 엔진(110)은 해당 광고주(130)와 클릭 선택을 발생시킨 검색자(120)와의 접속이 가능하게 한다.

검색자(120)는 검색 엔진(110)과의 접속을 위한 소정의 단말 수단(125)을 보유하며, 검색하고자 하는 콘텐츠 자료를 유지하는 광고주(130)의 웹 사이트에 대한 검색 요청을, 검색 엔진(110)에 소정의 키워드를 입력하여 생성하는 인터넷 이용자를 의미할 수 있다.

단말 수단(125)은 인터넷 등의 통신망(140)을 통해 본 발명의 노출 관리 시스템(100)과의 접속 상태를 유지하며, 검색 엔진(110)의 검색 작업에 의해 추출되는 하나 이상의 검색 목록순을 소정 화면 상에 표시하게 된다. 이러한, 단말 수단(125)은 예컨대 퍼스널 컴퓨터, 핸드헬드(handheld) 컴퓨터, PDA(Personal Digital Assistant), MP3 플레이어, 전자 사전, 휴대폰, 스마트폰 등과 같이 소정의 메모리 수단을 구비하고 소정의 마이크로프로세서를 탑재함으로써 소정의 연산 능력을 갖춘 단말기를 통칭하는 개념일 수 있다.

광고주(130)는 네트워크 주소(예컨대, IP address, URL, domain 등)에 의해 네트워크 상의 위치가 지정되는 웹 사이트를 운영하는 예컨대, 콘텐츠 공급자(CP)를 의미하며, 해당 웹 사이트와 관련된 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 소정의 광고 비용을 본 발명에 따른 시스템 운영자에게 지불하게 된다.

도 1b는 본 발명에 따른 단위 계층을 조직화하는 노출 관리 시스템의 구체적인 계층 구조를 설명하기 도면이다.

상술한 바와 같이, 단위 계층은 기록되는 광고 조건의 업무 성격에 따라 분류될 수 있으며, 노출 관리 시스템(110)으로서 조직되는 단위 계층의 수는 시스템 환경을 고려한 본 시스템의 운영자에 의해 유연하게 결정될 수 있다. 도 1b에서의 노출 관리 시스템(100)은 광고 필드(111), 광고 조합(112), 캠페인(113), 광고주 계좌(114) 등의 4개의 단위 계층으로 구분되는 것을 예시하고 있다.

우선, 광고 필드(111)는 검색 목록순의 추출, 및 추출된 검색 목록순이 표시되는 검색 화면상의 광고 노출 위치에 관련된 노출 정보의 기록을 위한 장치로서, 특정된 검색 엔진(110)에서의 검색 목록순 표시가 구현되도록 하는 장치이다. 즉, 광고 필드(111)는 검색 목록순이 표시되는 검색 엔진(110)에 대한 식별 정보를 포함하고, 검색 목록순의 추출 원인이 되는 키워드 정보, 및 광고 노출 위치와 관련되는 등급 순위 정보를 유지하게 된다. 여기서, 검색 엔진(110)은 광고 매체의 일종으로, 광고주(130)와 관련되는 검색 목록순이 검색 결과로서 표시되어 검색자(120)로 하여금 광고 효과가 유발되도록 하는 것으로, 광고 필드(110)는 검색 엔진(110)에 접속하는 주요 검색자(120)의 성향(지역, 연령, 성별)에 따라 추출되는 검색 목록순의 상이하게 설정되도록 하여 광고 효과의 극대화를 도모하게 된다. 또한, 광고 필드(111)는 표시되는 검색 목록순의 광고 노출 위치에 따른 검색자(120)의 접속 연결 빈도 및 단위 클릭 비용 등을 고려하여, 설정된 광고 비용이 허용하는 최적의 광고 노출 위치에 검색 목록순이 표시되는 등급 순위 정보를 결정하게 된다.

광고 집합(112)은 하나 이상의 광고 필드(111)를 연관하며, 검색 목록순이 표시되는 기간에 관한 광고 지속 정보를 기록하기 위한 장치이다. 즉, 광고 집합(112)은 검색 목록순이 광고 매체에 노출되는 시간 범위에 대한 제어를 위한 것으로, 예컨대 검색 목록순의 노출이 개시되는 시작일 및 마감되는 종료일, 하루 중 노출 허용 시간대 등에 관한 정보를 제어하게 된다. 특히, 광고 집합(112)은 검색 목록순의 표시 허용에 관한 선택 정보(ON/OFF)를 더 포함하며, 예컨대 광고주(130)의 선택에 따라 표시 허용을 하지 않은 경우(OFF 선택), 해당 광고 집합(112)과 연관되는 광고 필드(111)에 의한 검색 목록순 추출은 모두 중지되도록 제어할 수 있다. 즉, 광고 집합(112)은 피지배 관계에 있는 모든 광고 필드(111)에 대한 광고 개시 또는 중지를 일괄적으로 제어할 수 있으며, 이를 통해 계층적인 광고 관리가 구현되도록 할 수 있다.

캠페인(113)은 하나 이상의 광고 집합(112)을 연관하며, 검색 목록순이 표시되는 노출 대상에 관한 선정 정보를 기록하기 위한 장치이다. 즉, 캠페인(113)은 광고주(130)가 달성하고자 하는 광고의 목적, 발생될 것으로 예측되는 광고 효과 등을 고려하여, 검색 목록순이 노출되어야 할 대상을 특정하는 역할을 수행하게 된다. 여기서, 선정 정보는 노출 대상이 되는 지역, 연령, 성별, 채널 등에 관한 정보를 포함하게 되며, 검색자의 지역, 연령, 성별 등에 따라 광고주(130)의 검색 목록순이 선별적으로 표시되도록 할 수 있다. 특히, 캠페인(113)에 의해 특정되는 채널은 검색 목록순이 표시되는 검색 엔진(110)에 대한 분야를 더욱 세분화하기 위한 것으로, 예컨대 인터넷 검색 서버(포털 사이트), 전자 상거래 서버, 커뮤니티 서버 등의 파트너 사이트에 대한 특정을 가능하게 한다. 본 실시예에서는 채널의 의한 광고 매체의 특징으로 온라인 광고 매체에 한정하여 설명하고 있지만, 이는 설명의 편의를 위한 것으로, 방송 광고 매체, 인쇄물 광고 매체, 행사 스폰서 매체 등의 오프라인 광고 매체에 대해서도 특징이 가능할 수 있다. 캠페인(113)에 의해 특정된 채널은 피지배 관계에 있는 광고 조합(112) 또는 광고 필드(111)에 영향이 반영되며, 검색 목록순이 노출되는 검색 엔진(110)을 상기 채널에 대응하는 소정의 온라인 광고 매체로 한정시키게 된다. 예컨대, 캠페인(113)에서 특정되는 채널이 인터넷 검색 서버로 한정되는 경우, 광고 필드(111)에 의해 추출되는 검색 목록순은 상기 인터넷 검색 서버의 일종인, 'Naver 검색 엔진', '지식 iN 검색 엔진' 등에서 한정되어 표시되도록 제어될 수 있다.

광고주 계좌(114)는 하나 이상의 캠페인(113)을 연관하며, 검색 목록순의 표시와 관련하는 금액 정보를 기록하기 위한 장치이다. 즉, 광고주 계좌(114)는 광고주(130)의 로그인 정보, 결제 정보를 포함하고 있으며, 피지배 관계에 있는

캠페인(113), 광고 집합(112), 및 광고 필드(111)에서 집행되는 광고 비용에 대하여, 광고주(130)의 로그인 식별을 통해 소정의 과금 처리가 이루어지도록 한다. 광고주 계좌(114)에 기록되는 결제 정보는 하위 단위 계층에서 사용될 수 있는 예산금 정보와 관련되며, 광고주(130)의 선택에 따라 소정 비율로서 각 캠페인(113) 또는 각 단위 계층에 할당되도록 할 수 있다.

본 발명의 노출 관리 시스템(100)은 특정의 검색 엔진(110)에 대한 광고주(130)의 검색 목록순 표시가 각 단위 계층에 포함되는 광고 조건에 따라 체계적으로 관리되도록 하되, 지배 관계에 위치하는 단위 계층의 광고 조건에 대한 변경이 하위 단위 계층의 광고 조건에 영향이 반영되도록 하여 일괄적인 광고 속성의 조정이 가능하도록 하게 된다.

이하, 도 2를 참조하여 본 발명의 노출 관리 시스템(200)의 구체적인 구성을 설명한다.

도 2는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 노출 관리 시스템을 나타내는 구성도이다.

본 발명의 노출 관리 시스템(200)은 광고 레코드(210), 광고 그룹(220), 광고 조건 입력 수단(230), 결과 제공 수단(240), 집행 정보 생성 수단(250), 및 동작 제어 수단(260)을 포함한다.

우선, 광고 레코드(210)는 검색 목록순의 표시와 관련되는 노출 정보를 기록하기 위한 장치로서, 광고주(130)에 관한 간략 정보인 검색 목록순을 소정의 검색자(120)에게 표시하는 일련의 과정들, 예컨대 검색 목록순의 추출, 검색 엔진(110)으로의 검색 목록순 표시, 검색 목록순이 표시되는 검색 엔진(110)의 특정 등에 관한 노출 정보를 유지하게 된다. 이러한 노출 정보는 소정 계약 관계에 있는 광고주(130)에 의해 설정될 수 있으며, 이에 따라 검색 목록순이 표시되도록 하는 광고 조건을 광고주(130)가 능동적으로 제어할 수 있도록 한다. 특히, 본 실시예의 노출 정보는 검색 목록순의 표시 시간 대역에 관한 정보, 검색 목록순의 노출 대상에 관한 정보, 검색자(120)의 허용 클릭수에 관한 정보를 포함할 수 있어, 검색 목록순의 표시에 관한 보다 세부적인 제어 조정을 가능하게 할 수 있다.

여기서, 표시 시간 대역에 관한 정보는 검색 요청에 응답하여 추출되는 검색 목록순이 표시되는 시간에 대한 한정을 위한 것으로, 광고주(130)가 전략적으로 검색 목록순이 노출되는 시간을 제한하고자 할 때 이용되는 조정 요소가 된다. 예컨대, 심야 시간대(00시부터 04시까지)에는 검색 목록순의 노출을 차단하고자 하는 경우, 광고주(130)는 표시 시간 대역을 '04시부터 24시까지'로 특정하여 저장할 수 있으며, 상기 심야 시간대에 발생하는 검색 요청에 의해서는 검색 목록순의 표시(또는 추출)가 중지되도록 한다.

또한, 검색 목록순의 노출 대상에 관한 정보는 검색 목록순이 표시되는 검색자(120)에 대한 한정을 위한 것으로, 검색자(120)의 지역, 연령, 성별에 따라 검색 목록순이 표시되는 노출 대상을 제한하고자 할 때 이용되는 조정 요소가 된다. 검색 목록순이 표시되는 검색자(120)의 식별은 검색자(120)의 인증 처리에 따라 인지되는 검색자(120)의 신상 정보에 의거한 것으로, 광고주(130)의 마케팅 광고 전략에 의해 검색 목록순의 노출 대상을 특정적으로 한정하게 된다. 예컨대, 검색 목록순이 수도권 지역에 거주하는 20대 여성을 마케팅 광고 타겟으로 하는 경우, 해당 검색 목록순의 광고주(130)는 검색자(130)의 주소 정보, 생년월일 정보, 성별 정보 등의 신상 정보에 기초하여 검색 목록순이 표시되는 노출 대상을 특정하고, 이외에 검색자(120)(예, 남성 검색자)에 대해서는 검색 목록순의 표시가 이루어지지 않도록 한다.

또한, 검색자(120)의 허용 클릭수에 관한 정보는 검색 목록순에 대한 클릭 선택에 따라 광고주(130)에게 부가되는 광고 비용에 대한 한정을 위한 것으로, 예컨대 채널(검색 엔진(110)) 별로 집행되는 광고 비용이, 기 설정된 광고 예산금을 초과하지 않도록 할 수 있다. 이것은, 검색자(120)가 특정의 검색 목록순에 대해 클릭 선택을 함에 따라, 검색 목록순에 포함되는 단위 클릭 비용에 관한 정보에 기초하여 1회 광고 비용이 산출된다는 것에 기인한 것이다. 즉, 광고주(130)는 특정 채널에 할당되는 광고 예산금을 고려하여, 해당 채널에서 소정 기간 발생될 것으로 예상되는 허용 클릭수를 결정하여 노출 정보로서 입력하게 된다. 이외에도, 허용 클릭수의 설정은 광고주(130)가 판매할 상품의 수, 또는 클릭 선택 후 실제 판매로 이어지는 클릭수의 비율 등을 고려하여 이루어질 수 있다. 예컨대, 광고주(130)가 판매할 상품의 수가 100개이고, 단위 클릭수의 10%가 실제 판매로 이어지는 클릭수의 비율이라 가정할 경우, 허용 클릭수를 $1,000(=100/0.1)$ 으로 설정할 수 있다.

광고 그룹(220)은 하나 이상의 광고 레코드(210)를 연관하는 장치로서, 예컨대, 동일한 광고주(130)의 검색 목록순을 노출 정보로서 보유하고 있는 광고 레코드(210)를 그룹핑하여 광고 그룹(220)을 형성하게 된다. 광고 레코드(210)를 연관지우는 광고 그룹(200)의 수는 광고주(130) 별로 하나일 수 있으며, 또는 광고 행위가 이루어는 상품 종류(예, 삼성전자 냉장고, 삼성전자 카메라), 광고 목적(예, 삼성 전자의 지역별 특별 할인 세일) 등을 고려하여 하나의 광고주(130)에 복수의 광고 그룹(220)이 결정되도록 할 수 있다.

광고 조건 입력 수단(230)은 광고 그룹(220)에 소정의 광고 종료 조건을 기록하는 장치로서, 광고주(130)의 의도대로 각 파트너 사이트(215)에서의 검색 목록순 표시가 제어되도록 소정의 제한적인 광고 조건을 기록하는 역할을 수행한다. 여기서, 광고 종료 조건은 광고 그룹(220)에 할당되는 예산금 데이터 또는 한계 클릭수 데이터일 수 있으며, 광고 그룹(220)에 연관되는 광고 레코드(210)에서 집행된 광고 비용의 누계 또는 발생하는 단위 클릭수의 총수가, 상기 설정된 예산금 데이터 또는 한계 클릭수 데이터에 도달되는 경우, 광고 중지(검색 목록순의 표시 차단)가 이루어지도록 하는 제한 조건을 의미할 수 있다. 이러한 광고 종료 조건은 마케팅 광고 전략에 따른 광고주(130)에 의해 입력될 수 있으며, 광고 조건 입력 수단(230)은 입력된 광고 종료 조건을 광고 그룹(220) 별로 유지하게 된다. 더불어, 광고 조건 입력 수단(230)은 광고 종료 조건으로서, 광고 레코드(220) 별로 광고 종료 조건을 기록할 수 있으며, 광고 종료 조건을 만족하는 특정 하나의 광고 레코드(210)가 광고 중지되도록 하여 광고 그룹(220) 단위의 광고 관리 뿐만 아니라 광고 레코드(210) 단위의 광고 관리도 가능하게 할 수 있다.

결과 제공 수단(240)은 검색자(120)의 검색 요청에 응답하여, 노출 정보에 기초한 소정의 검색 목록순을 검색자(120)에게 제공하는 장치이다. 즉, 결과 제공 수단(240)은 검색 요청이 발생하는 파트너 사이트(215)를 식별하고, 식별된 파트너 사이트(215)와 연관되는 광고 레코드(210) 중에서 검색 요청을 위해 입력된 키워드를 노출 정보로서 보유하고 있는 광고 레코드(210)를 인지하는 역할을 수행한다. 상술한 바와 같이 광고 레코드(210)의 노출 정보는 추출 원

인이 되는 키워드에 관한 정보를 기록하며, 결과 제공 수단(240)은 인지된 광고 레코드(210)를 참조하여 소정의 검색 정보 데이터베이스(245)로부터 입력된 키워드에 대응하는 검색 목록순을 추출하게 된다. 이하, 도 3을 참조하여 결과 제공 수단(240)에 의한 검색 목록순 추출에 대해 설명한다.

도 3a 및 도 3b는 본 발명에 따른 파트너 사이트 각각으로 추출이 이루어지는 검색 목록순을 설명하기 위한 도면이다. 도 3a는 복수의 검색 목록순을 동일한 파트너 사이트(215)에 표시되도록 하는 경우를, 도 3b는 파트너 사이트(215) 각각에 적합하도록 생성된 상이한 검색 목록순을 복수의 파트너 사이트(215)에 표시되도록 하는 경우를 도시한다. 우선, 도 3a에서 검색 정보 데이터베이스(245)는 키워드 '삼성전자', '서비스센터'에 각각 대응되는 검색 목록순을 유지하고 있으며, 소정의 광고 그룹(220)에 연관되는 복수의 광고 레코드(210)에는 각각 '(삼성전자,1등위)', '(서비스센터,2등위)'라는 노출 정보를 포함하고 있다. 예컨대, 이들 광고 레코드에 대한 채널 정보가 모두 '네이버'이고, 검색자(120)가 검색 엔진 '네이버' 상으로 키워드 '삼성전자'를 입력하여 검색 요청을 생성하는 경우, 결과 제공 수단(240)은 검색 정보 데이터베이스(245)로부터 키워드 '삼성전자'와 대응되는 검색 목록순을 추출하게 된다. 또한, 결과 제공 수단(240)은 도 3a와 같이, 추출된 검색 목록순을 검색 화면 상의 광고 노출 위치 '1등위'에 표시되도록 한다. 이때, 검색 목록순을 노출 정보에서 특정하는 광고 노출 위치에 표시하기 위해서 광고 레코드(210)은 소정의 단위 클릭 비용에 관한 정보를 포함하게 된다. 여기서, 단위 클릭 비용은 광고주(130)로부터 임의의 비용 수치를 입력 받거나, 동일 검색어에 의해 표시되는 다른 검색 목록순의 단위 클릭 비용을 비교하여 해당 광고 노출 위치에서 광고주(130)의 검색 목록순이 표시될 수 있는 최적의 비용 수치가 자동 설정되도록 하여 기록할 수 있다. 이러한 단위 클릭 비용은 해당 검색 목록순이 특정의 광고 노출 위치에서 표시되는 동안에는 변경되지 않으며, 다른 검색 목록순에 의해 해당 광고 노출 위치에서 표시가 불가능해지는 경우(타 검색 목록순이 보다 높은 단위 클릭 비용을 보유할 경우)에는, 결과 제공 수단(240)은 상기 광고 레코드(210)에 의한 검색 목록순의 추출 중지 또는 단위 클릭 비용의 갱신 입력과 관련된 알림 정보가 광고주(130)에게 제공되도록 제어하게 된다. 동일하게, 검색자(120)에 의해, 키워드 '서비스센터'가 입력되면, 결과 제공 수단(240)은 '서비스센터'와 대응되는 검색 목록순을 추출하고, 추출된 검색 목록순을 검색 화면 상의 광고 노출 위치 '2등위'에 표시되도록 한다.

또한, 도 3b에서 검색 정보 데이터베이스(245)는 파트너 사이트(215)의 시스템 환경에 따라 작성된 검색 목록순과 상기 작성된 검색 목록순의 추출 원인이 되는 키워드를 유지하고 있다. 예컨대, 광고 그룹(220)에 연관되는 광고 레코드(210)의 채널 정보가 각각 '네이버', '야후'이고, 광고 레코드(210)의 노출 정보로서 각각 '(삼성전자,1등위)', '(삼성전자,3등위)'가 포함되는 경우를 가정한다. 검색자(120)가 검색 엔진 '야후'에 검색 요청을 위해 '삼성전자'를 입력되는 경우, 도 3b에 도시한 바와 같이, 결과 제공 수단(240)은 야후용 검색 목록순을 검색 정보 데이터베이스(245)로부터 추출하고, 검색 화면 상의 광고 노출 위치 '3등위'에 추출된 검색 목록순이 검색 결과로서 표시되도록 할 수 있다.

이에 따라, 결과 제공 수단(240)은 다양한 파트너 사이트(215)에서 발생하는 검색 요청에 응답하여, 광고주(130)가 원하는 특정의 검색 목록순을 특정의 광고 노출 위치에 표시되도록 할 수 있다.

집행 정보 생성 수단(250)은 제공된 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택을 수신하고, 클릭 선택과 관련하여 생성된 소정의 광고 집행 정보를 광고 그룹(220)에 기록하는 장치이다. 여기서, 광고 집행 정보는 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 발생하는 과금 비용에 대한 누적 비용, 또는 표시된 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭수에 대한 누적 클릭수일 수 있다. 즉, 집행 정보 생성 수단(250)은 파트너 사이트(215)에서의 검색 목록순 표시와 관련하여 유효 클릭수(검색자(120)와 광고주(130)가 실제 접촉으로 이루어지는 클릭수)에 의해 발생하는 단위 클릭 비용을 고려하여 광고 집행 정보를 생성하게 된다. 생성되는 광고 집행 정보는, 소정의 광고 기간 동안에 지속적으로 갱신되어 광고 그룹(220)에 기록된다.

동작 제어 수단(260)은 기록된 광고 집행 정보와 광고 종료 조건을 비교하고, 광고 집행 정보가 광고 종료 조건을 만족하는 경우, 광고 그룹(220)과 연관되는 광고 레코드(210)에 의한 검색 목록순의 제공을 중단시키는 장치이다. 즉, 동작 제어 수단(260)은 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 발생하는 과금 비용에 대한 누적 비용 정보와 예산금 데이터와의 도달 여부 또는, 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 발생하는 클릭수에 대한 누적 클릭수 정보와 한계 클릭수 데이터와의 도달 여부를 확인하게 된다. 이때, 어느 하나의 광고 집행 정보가 광고 종료 조건에 도달되는 것이 확인되는 경우, 동작 제어 수단(260)은 해당 광고 그룹(220)에 의한 광고 행위를 모두 중지되도록 제어한다. 이는 광고주(130)의 판단에 의해 충분한 광고 효과 또는 상품 판매 실적이 발생되었다고 판단되는 시점에서 더 이상의 광고 행위(검색 목록순 표시)가 이루어지지 않도록 하는 것으로, 광고주(130)의 광고 의도가 최적으로 반영되도록 하는 광고 관리를 수행하는 효과를 얻을 수 있다.

더불어, 본 발명의 노출 관리 시스템(200)은 광고 레코드(210)에 포함되는 등급 순위 정보에 따라, 추출된 검색 목록순을 소정의 광고 노출 위치에 표시하되, 특정의 광고 노출 위치에서의 입찰 방식, 또는 해당 검색 목록순의 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율(CTR)을 고려하는 방식으로 검색 목록순의 추출/표시가 수행되도록 할 수 있다. 즉, 노출 관리 시스템(200)은 검색 목록순에 대한 다양한 통계 팩터(factor) 및 입찰 방식 등을 적용하여 검색 목록순의 추출/표시가 이루어지도록 함으로써 단순히 단위 클릭 비용의 크기에 따라 검색 목록순을 추출/표시하는 데에서 오는 문제점(예, 광고 비용이 지속적으로 증가하는 것)을 해결할 수 있게 된다.

우선, 입찰 방식은 검색 목록순이 표시될 검색 화면 상의 노출 영역을 소정의 단위 표시준으로 구분하고, 단위 표시준 각각에 대한 독립적인 입찰이 수행되도록 하는 것으로, 예컨대 광고 레코드(210)에 포함되는 단위 클릭 비용을 이용하여 입찰 처리가 이루어지도록 한다. 여기서 단위 표시준은 하나의 검색 목록순이 표시되는 독립 노출 영역이며, 검색자(120)가 용이하게 인식할 수 있는 위치, 예컨대 검색 화면의 최상에서부터 등위 1위의 광고 노출 위치가 구획되도록 할 수 있다. 이에 따라, 결과 제공 수단(250)은 광고 레코드(210)의 노출 정보에 의해 특정하는 광고 노출 위치의 단위 표시준에서의 입찰 처리를 통해, 추출된 검색 목록순과 관련된 단위 클릭 비용이 최대가 되는 경우에만 상기 단위 표시준에서 검색 목록순이 표시되도록 제한할 수 있다.

예를 들어, 등위 순위 정보가 '2등위'이고, 단위 클릭 비용이 '500원'인 검색 목록순은, 검색자(120)의 인지도가 두번째로 높은 단위 표시존(검색 화면에서 두번째로 상위에 위치하는 단위 표시존)에 대해 입찰 참여한 다른 검색 목록순의 단위 클릭 비용이 모두 '500원' 미만인 경우, 검색 요청에 응답하여 상기 특정된 단위 표시존에서 표시될 수 있다. 즉, 입찰 방식은 광고 노출 위치 '2등위'의 단위 표시존에 입찰 참여한 검색 목록순 중에서 최대의 단위 클릭 비용을 보유한 하나의 검색 목록순이 표시되도록 하는 방식이다.

또한, 다른 실시예로서, 결과 제공 수단(250)은 특정된 단위 표시존에서 추출된 검색 목록순이 표시되도록 하기 위한 필요한 금액의 단위 클릭 비용이 유연하게 조정/변경되도록 하는 것도 고려할 수 있다. 예컨대, 상기 예시에서 입찰 참여한 다른 검색 목록순의 단위 클릭 비용이 '550원'을 초과하는 경우, 결과 제공 수단(250)은 초기 단위 클릭 비용 '500원'을 '600원'으로 자동 조정되도록 하여 해당 단위 표시존에서의 검색 목록순 표시가 유지되도록 할 수 있다. 한편, 결과 제공 수단(250)은 광고 레코드(210)에 포함되는 단위 클릭 비용에 관한 정보, 및 소정 기간 동안에 산출된 노출 정보의 검색 목록순에 대한 노출 대비 클릭율(CTR)에 따라, 검색 목록순의 추출 또는 표시를 수행할 수 있다. 이는 광고 레코드(210)의 노출 정보에 포함되는 등급 순위 정보와 무관하게, 광고주(130)에 의해 설정되는 단위 클릭 비용과 검색 목록순에 대한 인기도를 고려하여 검색 목록순의 추출/표시가 수행되도록 하는 것이다. 예컨대, 구체적인 실시예에서는 단위 클릭 비용과 노출 대비 클릭율을 연산 조합하고, 산출된 소정의 값에 대한 비교에 의해 검색 목록순이 추출되는 우선 순위, 및 광고 노출 위치가 결정되도록 할 수 있다. 예를 들어, 이전 소정 기간 동안의 노출 대비 클릭율(CTR)이 '0.7'이고, 단위 클릭 비용이 '500원'인 검색 목록순은, 연산 조합을 통해 '350'이라는 값을 산출하게 되며, 추출 원인으로서 동일한 키워드에 대응되는 다른 검색 목록순의 연산 조합된 값이 모두 '350' 미만인 경우, 상기 검색 목록순은 첫번째로 추출되어 인지도가 우수한 광고 노출 위치 '1등위'가 결정될 수 있게 된다.

이러한 구성을 갖는 본 발명에 따른 노출 관리 시스템(200)의 작업 흐름을 상세히 설명한다.

도 4는 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 노출 관리 방법을 구체적으로 도시한 작업 흐름도이다.

본 실시예에 따른 노출 관리 방법은 상술한 노출 관리 시스템(200)에 의해 수행된다.

우선, 노출 관리 시스템(200)은 키워드 및 키워드에 대응하는 검색 목록순을 저장하기 위한 검색 정보 데이터베이스(245)를 유지한다(S410). 본 단계(S410)는 광고주(130)와 관련되는 검색 목록순과, 검색 목록순의 추출 원인이 되는 키워드를 대응시켜 기록하는 과정으로, 키워드는 자신(자사)의 검색 목록순이 표시되는 노출 대상 등의 마케팅 광고 전략을 고려한 광고주(130)에 의해 입력되어 저장될 수 있다(도 3a 및 도 3b 참조). 본 실시예에서는 하나의 검색 목록순에 대응되는 키워드의 수에 대해서는 특별하게 한정하고 있지 않지만, 키워드 광고의 수익 확보를 위해 하나의 검색 목록순에 하나의 키워드가 대응되도록 하는 것이 바람직할 수 있으며, 이외에 복수의 키워드를 대표할 수 있는 카테고리나 하나의 검색 목록순이 대응되도록 하여 다양한 키워드 입력에 의해서도 광고주(130)의 검색 목록순이 보다 빈도수 높게 추출/표시되도록 할 수 있다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 저장되는 키워드 중에서 소정 개수의 키워드를 선정하여 광고 레코드(210)에 각각 기록한다(S420). 본 단계(S420)는 검색 목록순의 표시에 관여하는 광고 레코드(210)에 노출 정보로서의 키워드를 저장하는 과정으로, 광고 레코드(210)에 기록되는 키워드는 검색 정보 데이터베이스(245)에 저장되는 키워드 중에서 선정하여 기록할 수 있다. 광고 레코드(210)에 기록되는 키워드 수에 대해서도 본 명세서에서는 특별히 한정하고 있지 않으며, 설명의 편의를 위해 광고 레코드(210)에 선정된 하나의 키워드가 입력되는 것에 한하여 설명한다.

다음으로, 노출 관리 시스템(200)은 하나 이상의 광고 레코드(210)를 광고 그룹(220)으로 연관시킨다(S430). 본 단계(S430)는 동일 광고주(130)와 관련된 검색 목록순에 대한 정보를 노출 정보로서 보유하고 있는 광고 레코드(210)에 대한 그룹핑 과정으로, 이를 통해 특정의 광고주(130)와 관련된 검색 목록순에 대한 계층적인 광고 관리를 가능하게 한다. 이하, 도 5를 참조하여, 광고 레코드(210)에 대한 광고 그룹(220)의 연관에 대해 설명한다.

도 5a는 본 발명에 따른 광고 그룹을 연관시키는 방법의 일예를 작업 흐름도이다.

도 5a에 도시한 바와 같이, 노출 관리 시스템(200)은 검색 목록순의 표시에 관한 노출 정보를 수신한다(S531). 본 단계(S531)는 광고주(130)의 검색 목록순이 표시되는 노출 대상을 제한하는 기준 데이터를 입력 받는 과정으로, 광고주(130)의 마케팅 광고 전략에 따라 제한되는 검색자(120)에게 검색 목록순이 표시되도록 한다. 노출 정보로는 검색 목록순의 표시 시간 대역에 관한 정보, 검색 목록순의 노출 대상에 관한 정보, 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭수에 관한 정보 등이 포함될 수 있으며, 이와 관련된 상세한 정보는 상술한 것으로 같음하고 여기서는 생략한다. 단, 이러한 노출 정보는 광고주(130)에 의해 마케팅 광고 전략의 변경에 따라 수시로 변경/갱신할 수 있으며, 이에 따라 유연한 광고 시장의 대처 및 광고 관리가 이루어지도록 할 수 있다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 수신된 노출 정보를, 해당 검색 목록순과 연관되는 각 광고 레코드(210)에 기록한다(S532). 본 단계(S532)는 하나의 광고 그룹(220)으로 그룹핑되는 광고 레코드(210)에, 입력된 노출 정보가 기록되도록 하는 과정으로, 하나의 노출 정보 입력에 의해 광고 그룹(220)으로 연관되는 모든 광고 레코드(210)에 상기 노출 정보가 일괄적으로 적용되도록 한다.

따라서, 본 발명에 따르면, 최적하게 광고 효과를 발생시킬 수 있는 검색 목록순의 노출 대상을 광고주(130)의 의도대로 제한할 수 있으며, 또한 복수의 검색 엔진(110)에서 상기 검색 목록순의 표시와 관련되는 하나의 광고 레코드(210)에 대한 노출 정보의 기록을 광고 그룹(220) 단위로 일괄적으로 이루어지도록 함으로써 광고 관리의 구현이라는 본 발명의 목적을 충실하게 수행하는 효과를 얻을 수 있게 된다.

다시, 도 4를 설명하면, 노출 관리 시스템(200)은 소정의 검색 요청을 위해 입력된 키워드에 대응하는 검색 목록순을, 검색 정보 데이터베이스(245)를 참조하여 추출한다(S440). 본 단계(S440)는 검색 요청에 응답하여 검색 결과로서의 검색 목록순을 인지하는 과정으로, 검색자(120)에 의해 입력된 키워드와 대응하는 검색 목록순을 추출하게 된다. 특히, 본 단계(S440)에서의 노출 관리 시스템(200)은 검색 요청을 발생시킨 검색 엔진(110)과 관련된 채널 정보를 보유하는 광고 레코드(210)를 식별하는 과정을 수행할 수 있다. 이것은, 검색자(120)가 이용하는 검색 엔진(110) 별로 특

정된 검색 목록순이 추출되도록 하기 위한 것으로, 검색 엔진(110)에 주로 접속하는 검색자(120)의 성향(지역, 연령, 성별 등)을 고려하여 차별성 있는 광고주(130)의 검색 목록순 추출/표시가 가능하며, 이를 통해 광고 효과의 극대화를 도모할 수 있게 된다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 입력된 키워드와 관련되는 광고 레코드(210)를 참조하여, 추출된 검색 목록순이 표시되도록 제어한다(S450). 본 단계(S450)는 식별된 광고 레코드(210)에 의해 추출되어진 검색 목록순을 검색 요청이 발생한 검색 엔진(110)에 검색 결과로서 제공하여 검색자(120)에게 표시되도록 하는 과정이다. 이때, 검색자(120)에게 표시되는 검색 목록순의 위치는 광고주(130)가 요구하는 광고 노출 위치에 한정되어 표시되며, 이를 위해 검색 정보 데이터베이스(210)에는 광고 노출 위치를 특정하는 등급 순위 정보가 포함된다. 이러한, 등급 순위 정보는 각 광고 레코드(210)에서 검색 목록순의 추출에 따라 발생하는 광고 비용 또는 광고 노출 위치에 따라 발생할 것으로 예상되는 광고 효과 등을 고려하여 광고주(130)로부터 입력된다.

즉, 노출 관리 시스템(200)은 광고 노출 위치에서의 소정 입찰 처리를 수행하고, 입찰 처리 결과에 따라 추출된 검색 목록순에 대한 표시 가능 여부를 판단하게 된다(S460). 여기서, 입찰 처리는 추출된 검색 목록순이 광고주(130)가 원하는 광고 노출 위치에 표시될 수 있는가를 판단하는 것으로, 상술한 바와 같이, 광고 노출 위치별로 소정의 단위 클릭 비용의 크기를 비교하는 입찰 방식과, 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율(CTR)을 고려하여 추출 순서/광고 노출 위치를 결정하는 방식을 구분될 수 있다.

이하, 도 5b 및 도 5c를 참조하여, 본 실시예에 따른 입찰 처리에 대해 상세히 설명한다.

도 5b는 본 발명에 따른 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율을 고려하여 입찰 처리를 수행하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

도 5b에 도시한 바와 같이, 노출 관리 시스템(200)은 검색 요청을 위해 입력된 키워드에 대응하여, 추출된 하나 이상의 검색 목록순 중에서 제1 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율(CTR)에 기초하여 소정 개의 검색 목록순을 선별한다(S551). 이를 위해, 광고 레코드(210)는 추출된 검색 목록순의 표시와 연관되는 제1 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율(CTR)에 관한 정보를 포함하게 되며, 노출 관리 시스템(200)은 상기 제1 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율(CTR)을 예컨대, 연산 조합하여 산출된 값의 크기에 따라 순차적으로 검색 목록순을 추출/표시하게 된다. 즉, 본 단계(S551)에서의 노출 관리 시스템(200)은 검색 목록순의 추출/표시에 있어서, 광고 수익성에 관한 단위 클릭 비용, 및 검색 목록순의 인기도에 관한 노출 대비 클릭율(CTR)을 함께 고려하여 검색 목록순에 대한 우선 추출 순서 및 광고 노출 위치를 결정하게 된다. 여기서, 제1 단위 클릭 비용은 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 발생하는 최대 허용 광고 비용을 의미하고, 노출 대비 클릭율(CTR)은 소정 이전 기간 동안에 검색 목록순이 표시되는 횟수 및 클릭 선택에 의해 실제로 접속 연결되는 횟수의 비율의 의미하게 된다. 또한, 추출되는 검색 목록순의 개수는 검색 목록순이 표시될 수 있는 검색 화면 상의 점유 영역을 고려한 본 시스템의 운영자에 의해 유연하게 결정할 수 있다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 선별된 검색 목록순을, 제1 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율(CTR)을 고려하여 정렬시킨다(S552). 본 단계(S552)는 연산 조합에 의해 산출된 값에 따라 추출되는 검색 목록순을 검색 화면 표시 상태에서 정렬되도록 하는 과정으로, 예컨대 산출된 값이 가장 높은 검색 목록순을, 검색자(120)의 인지도가 가장 우수한 검색 화면의 최상에 위치되도록 하게 된다. 이에 따라, 노출 관리 시스템(200)은 검색 목록순의 추출에 있어, 높은 광고 비용을 지불할 의사가 있는 광고주(130)의 검색 목록순 또는 이전에 높은 인기도로 인하여 노출 대비 클릭율(CTR)이 높은 검색 목록순이 우선적으로 검색자(120)에게 표시되도록 할 수 있다.

더불어, 추출/표시되는 검색 목록순의 수는 키워드 또는 채널 정보에 대응하여 유지되는 검색 정보 데이터베이스(245) 상의 검색 목록순 개수와 일치하는 것이 바람직할 수 있으며, 이는 키워드에 대응하는 최대한의 검색 목록순이 추출되도록 함으로써 본 시스템의 운영자로 하여금 보다 많은 광고 수익이 유발되도록 하기 위함이다.

따라서, 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율(CTR)의 연산 조합에 따라 소정 개수의 검색 목록순을 추출하고 소정의 광고 노출 위치가 결정되도록 함으로써 검색 목록순에 의한 수익 유발 효과 및 검색 목록순과 연관되는 광고주(130)의 웹 사이트에 대한 인기도를 반영하는 검색 목록순의 표시가 이루어지도록 할 수 있다.

도 5c는 본 발명에 따른 특정 광고 노출 위치에서의 입찰 방식에 따라 표시되는 검색 목록순을 결정하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

도 5c에 도시한 바와 같이, 노출 관리 시스템(200)은 광고 노출 위치를 하나 이상의 단위 표시존으로 구획한다(S561). 본 단계(S561)는 검색자(120)의 키워드 입력에 응답하여 추출되는 검색 목록순이 검색 화면 상에 배치되는 위치 구도를 결정하는 과정으로, 예컨대 발생하는 클릭수 등을 고려한 소정의 위치 정의 수단(도시하지 않음)에 의해 검색 화면의 최상단에서부터 소정 개수의 단위 표시존을 정의하게 된다. 이러한 단위 표시존의 구획은 해당 단위 표시존 별로 독립적인 입찰을 수행하고, 광고주(130)가 원하는 광고 노출 위치에만 검색 목록순이 노출되도록 하기 위한 것이다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 구획된 단위 표시존 중에서 등급 순위 정보에 상응하는 단위 표시존을 식별한다(S562). 본 단계(S562)는 구획된 단위 표시존에 선정된 기준에 따라 등급 순위를 부여하고, 광고주(130)의 의사에 따라 검색 목록순이 표시될 위치를 결정하는 과정이다. 상기 등급 순위를 부여하는 기준은 본 시스템의 운영자에 의해 유연하게 선정될 수 있으며, 예컨대 소정 이전 기간에 발생한 단위 표시존에 대한 검색자(120)의 클릭 선택 빈도수에 따라, 단위 표시존 각각에 순차적인 등급 순위의 부여가 이루어지도록 한다. 예를 들어, 등급 순위 정보가 '2위 등위'인 경우, 광고주(130)에 의해 특정되는 단위 표시존은 검색 화면의 상단에서부터 2번째로 구획되는 단위 표시존으로 식별할 수 있게 된다.

다음으로, 노출 관리 시스템(200)은 식별된 단위 표시존과 연관되는 소정의 입찰 필드에 제1 단위 클릭 비용을 기록한다(S563). 본 단계(S563)는 광고 레코드(210)로의 단위 클릭 비용의 입력에 응답하여 광고 노출 위치와 연관되는 입찰 필드에 상기 단위 클릭 비용이 추가 저장되도록 하는 과정이다. 입찰 필드에는 해당 광고 노출 위치에서의 표시

와 관련된 다른 검색 목록순의 제2 단위 클릭 비용이 기록될 수 있으며, 노출 관리 시스템(200)은 신규 입력된 제1 단위 클릭 비용 및 기존에 기록된 제2 단위 클릭 비용에 대한 크기 비교를 통해 하나의 단위 클릭 비용을 낙찰시키는 입찰 처리를 수행하게 된다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 입찰 필드에서의 입찰 처리에 의해 제1 단위 클릭 비용이 낙찰되는 경우, 낙찰된 제1 단위 클릭 비용과 연관되는 검색 목록순에게 식별된 단위 표시존에서의 노출 권한이 부여되도록 한다(S564). 본 단계(S564)는 입찰 필드에 기록되는 단위 클릭 비용 중에서 광고주(130)의 검색 목록순과 연관된 제1 단위 클릭 비용이 가장 큰 수치로 판단되는 경우, 제1 단위 클릭 비용의 검색 목록순을 해당 단위 표시존에 표시되도록 하는 과정이다. 즉, 노출 관리 시스템(200)은 입찰 필드로의 제1 단위 클릭 비용의 기록에 연동하여 입찰 처리를 수행하며, 입찰 필드에 기록되는 가장 큰 수치를 보유하는 단위 클릭 비용을 낙찰시켜 해당 단위 표시존에서의 노출 권한이 부여되도록 한다.

따라서, 본 발명에 의하면 특정 단위 표시존에 대한 입찰 처리를 통해 광고주(130)가 원하는 광고 노출 위치에서만 검색 목록순의 표시가 이루어지도록 하는 효과를 얻을 수 있게 된다.

본 발명의 다른 실시예로서, 광고 레코드(210)에 기록되는 노출 정보를 이용하여 검색 목록순이 표시되는 노출 대상을 제한하는 것에 대해 설명한다.

도 6은 본 발명에 따른 검색 목록순의 노출 대상을 한정하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

본 실시예는 검색 목록순이 표시되도록 제어하는 상기 단계(S450)에 포함되어 수행될 수 있으며, 도 6에 도시한 바와 같이, 노출 관리 시스템(200)은 소정의 검색자(120)에 대한 인증 처리를 위한 신상 정보를 유지한다(S610). 본 단계(S610)는 소정 계약 관계에 있는 검색 엔진(110)에 검색자(120)를 로그인을 시키는 데에 요구되는 신상 정보를 기록하는 과정으로, 검색자(120)의 개인 정보, 예컨대 성명, 주소, 연령, 성별, 호출 번호 등을 검색자(120)로부터 입력 받아, 소정의 사용자 정보 데이터베이스(도시하지 않음)에 기록하게 된다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 검색자(120)에 의해 검색 요청이 발생하는 경우, 검색자(120)의 신상 정보를 식별한다(S620). 본 단계(S620)는 키워드를 입력하는 검색자(120)와 관련된 정보를 획득하는 과정으로, 노출 대상에 관한 정보와 비교를 위한 검색자(120)의 정보를 식별하게 된다. 여기서, 노출 대상에 관한 정보는 검색 목록순의 표시가 허용되는 검색자(120)를 특정하기 위한 기준 정보로서, 예컨대 지역 정보, 연령 정보, 성별 정보 등을 예시할 수 있다. 다음으로, 노출 관리 시스템(200)은 식별된 신상 정보를 노출 대상에 관한 정보와 비교하고, 검색 목록순의 표시를, 검색자(120)의 지역 정보, 연령 정보, 성별 정보 중 하나 이상에 기준하여 제한한다(S630). 본 단계(S630)는 식별된 검색자(120)의 신상 정보를 기준으로 노출 대상으로 허용되는 검색자(120)에게 한정하여 검색 목록순이 표시되도록 하는 과정이다.

따라서, 본 발명에 따르면 키워드를 입력하는 검색자(120)의 지역, 연령, 성별 등에 한정하여 광고주(130)의 검색 목록순이 선별적으로 표시되도록 함으로써 광고주(130)의 광고 마케팅 전략에 최적하는 광고 효과를 발생시킬 수 있다. 본 발명의 또 다른 실시예로서, 광고 그룹(220)으로 연관되는 광고 레코드(210)의 노출 정보를 일괄적으로 변경시키는 것에 대해 설명한다.

도 7은 본 발명에 따른 광고 레코드의 속성을 변경 처리하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다.

우선, 노출 관리 시스템(200)은 광고 그룹(220)에 소정의 변경 요소 데이터를 기록한다(S710). 본 단계(S710)는 각 광고 레코드(210)에 저장되는 노출 정보에 대한 조정 사항이 발생하는 경우, 이에 관한 정보 데이터를 광고주(130)로부터 수신받아 광고 그룹(220)에 저장하는 과정이다. 여기서 변경 요소 데이터는 광고주(130)의 마케팅 광고 전략 변경에 따라 노출 정보의 일부 또는 전체를 변경하기 위한 것으로서, 변경 요소 데이터에 의해 변경되는 노출 정보는 노출 대상이 되는 검색자(120)의 지역, 연령, 성별, 또는 검색 목록순의 표시 시간 대역 등이 될 수 있다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 기록된 변경 요소 데이터에 의거하여, 광고 그룹(220)과 연관되는 적어도 일부의 광고 레코드(210)의 노출 정보를 일괄 조정한다(S720). 본 단계(S720)는 광고 레코드(210)의 노출 정보에 대한 변경을 개별이 아닌 변경 대상이 되는 모든 광고 레코드(210)의 노출 정보에 대해 일괄적인 속성 변경이 이루어지도록 하는 과정이다. 예컨대, 광고주(130)로부터 입력된 변경 요소 데이터가 노출 대상이 되는 검색자(120)의 연령을 '20대'로의 조정에 관한 것일 경우, 노출 관리 시스템(200)은 기존의 노출 정보로서 '20대' 이외의 연령 정보를 보유하는 광고 레코드(210)의 노출 정보의 연령 정보를 모두 '20대'로 일괄 조정하여 변경할 수 있게 된다.

따라서, 본 발명에 따르면, 광고 그룹(220)에 연관되는 광고 레코드(210)에 대한 일괄적인 속성 변경이라는 목적을 충실하게 수행하는 효과를 얻게 된다.

또한, 본 발명은 표시된 검색 목록순의 대한 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 소정의 광고 비용을 발생시키는 CPC(Cost Per Click) 과금 방식을 채택하고 있다. 이를 위해, 본 발명의 광고 레코드(210)는 소정의 단위 클릭 비용에 관한 정보를 포함하게 된다.

도 8a는 본 발명에 따른 광고 비용을 산출하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다. 본 실시예는 추출된 검색 목록순을 표시하는 단계(S450)에 포함되어 수행될 수 있다.

도 8a에 도시한 바와 같이, 노출 관리 시스템(200)은 광고 노출 위치에 표시되는 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택을 수신 받는다(S801). 본 단계(S801)는 검색 결과로서 표시되는 검색 목록순 중에서 검색자(120)에 의해 실제 접속 연결이 요구되는 검색 목록순을 인지하는 과정으로, 예컨대 노출 관리 시스템(200)은 실제 검색자(120)와 광고주(130)의 접속이 이루어지는 유효 클릭에 한하여 클릭 선택을 확인하게 된다. 이는 검색 목록순에 대한 광고 비용의 산출이 정확하게 이행되도록 하기 위한 것으로, 실제 광고 효과가 발생하는 클릭수에 대해서만 클릭 선택을 수신하게 된다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 클릭 선택에 상응하여 단위 클릭 비용 정보를 과금 정보로서, 광고 그룹(220)에 기록한다(S802). 본 단계(S802)는 CPC 과금 방식을 구현하는 과정으로, 검색자(120)의 검색 목록순에 대한 클릭 선택에

따라 해당 검색 목록순과 연관되는 단위 클릭 비용이 광고 비용을 산출되도록 하게 된다. 또한, 산출된 광고 비용은 광고 그룹(220)에 소정 기간 동안 누적 기록되며, 노출 관리 시스템(200)은 소정 시점에서 누적된 광고 비용을 광고주(130)에게 과금 처리되도록 제어한다.

따라서, 본 발명은 표시된 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 광고 비용이 과금되도록 함으로써 합리적인 과금 결제가 가능하며, 광고주(130)로 하여금 경제적이면서 효율적인 광고 효과를 얻어지도록 하는 이점이 있다.

또한, 본 발명은 광고 레코드(210) 각각으로 파트너 사이트(215)에 대한 정보를 기록하고, 광고주(130)의 검색 목록순이 특정의 파트너 사이트에 한정되어 표시되도록 하고 있다. 이에 따라, 파트너 사이트(215) 별로 광고주(130)의 상이한 검색 목록순이 표시되도록 하여 검색자(120)에게 보다 최적하는 광고 행위를 수행할 수 있다.

도 8b는 본 발명의 검색 목록순이 표시되는 파트너 사이트를 특정하는 방법의 일예를 나타내는 작업 흐름도이다. 본 실시예는 추출된 검색 목록순을 표시하는 단계(S450)에 포함되어 수행될 수 있다.

우선, 노출 관리 시스템(200)은 소정의 검색 엔진(110)과 연관되는 채널 정보를 입력 받아 광고 레코드(210)에 기록한다(S811). 본 단계(S811)는 검색 목록순이 표시되는 파트너 사이트(215)에 관한 정보를 예컨대, 광고주(130)로부터 입력 받아 검색 목록순의 추출에 관여하는 특정의 광고 레코드(210)에 저장하는 과정이다. 즉, 본 단계(S811)의 노출 관리 시스템(200)은 추출되는 검색 목록순이 표시될 파트너 사이트(215)를 결정하게 되며, 채널 정보는 파트너 사이트(215)의 예컨대, 네트워크 주소(URL, IP address, Domain 등)를 포함하게 된다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 검색 요청이 발생한 검색 엔진(110)을 인지하고, 인지된 검색 엔진(110)의 채널 정보를 기록하고 있는 광고 레코드(210)를 식별한다(S812). 본 단계(S812)는 검색자(120)에 의해 검색 요청이 발생하는 파트너 사이트(215)를 채널 정보로 보유하고 있는 광고 레코드(210)를 확인하는 과정으로, 검색자(120)에게 검색 서비스를 제공하는 검색 엔진(110) 상으로 키워드에 대응하는 광고주(130)의 검색 목록순을 검색 결과로서 제공한다. 따라서, 본 발명에 따르면 파트너 사이트(215)에 표시되는 검색 목록순을 광고주(130)의 의도에 따라 결정되도록 함으로써 광고주(130)의 마케팅 광고 전략에 최적하는 검색 목록순의 표시를 가능하게 한다.

이하, 본 발명의 다른 실시예로서, 광고 그룹에서 생성된 광고 집행 정보가 소정의 광고 종료 조건에 만족하는 경우, 연관된 광고 레코드에서의 검색 목록순 표시가 일괄 중지되도록 제어하는 것에 대해 설명한다.

도 9는 본 발명에 따른 광고 종료 조건에 의거하여 검색 목록순의 추출을 차단하는 노출 광고 방법의 작업 흐름도이다.

우선, 노출 관리 시스템(200)은 검색 목록순의 표시와 관련되는 노출 정보를 소정의 광고 레코드(210)에 기록하고(S910), 하나 이상의 광고 레코드(210)를 광고 그룹(220)으로 연관시킨다(S920). 본 단계들(S910, S920)은 동일한 광고주(130)의 검색 목록순에 관한 노출 정보를 보유하는 광고 레코드(210)에 대한 그룹핑 과정으로, 상세한 설명은 상술한 광고 레코드(210)의 연관 단계(S420, S430)의 것으로 같음하고 여기서 생략한다.

또한, 노출 관리 시스템(200)은 광고 그룹(220)에 소정의 광고 종료 조건을 기록한다(S930). 본 단계(S930)는 광고주(130)의 마케팅 광고 전략에 따라, 광고 레코드(210)에 의해 검색 목록순이 표시되는 기간을 한정시키기 위한 조건 정보를 광고주(130)로부터 입력 받는 과정이다. 여기서, 광고 종료 조건은 광고 그룹(220)에 할당되는 예산금 데이터 또는 한계 클릭수 데이터일 수 있으며, 광고 그룹(220) 내에서 발생하는 과금 비용에 대한 누적 비용 또는 클릭수에 대한 누적 클릭수에 대한 제한을 설정하는 역할을 하게 된다. 즉, 광고 종료 조건은 과금 허용하는 광고 비용, 판매하고자 하는 상품의 수, 실제 판매로 이어지는 클릭수의 비율 등을 고려한 광고주(130)로부터 입력될 수 있으며, 광고주(130)가 희망하는 검색 목록순의 표시 종료 시점을 노출 관리 시스템(200)에 인지되도록 한다.

다음으로, 노출 관리 시스템(200)은 검색자(120)의 검색 요청에 응답하여, 노출 정보에 기초한 소정의 검색 목록순을 검색자(120)에게 제공하고(S940), 제공된 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택을 수신 받는다(S950). 본 단계들(S940, S950)은 검색자(120)가 키워드를 입력한 검색 엔진(110) 상으로 검색 결과로서 광고주(130)의 검색 목록순을 표시하고 특정의 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택을 확인하는 과정이다. 특히, 노출 관리 시스템(200)은 검색자(120)의 클릭 선택과 관련하여 생성된 소정의 광고 집행 정보를 광고 그룹(220)에 기록하게 된다. 여기서, 광고 집행 정보는 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 발생하는 과금 비용에 대한 누적 비용 정보, 또는 클릭 선택에 따라 발생하는 클릭수에 대한 누적 클릭수 정보를 지칭할 수 있다. 즉, 광고 집행 정보는 광고주(130)의 검색 목록순에 대한 검색자(120)의 클릭 선택에 따라 발생하는 광고 비용의 현재 현황을 식별하기 위한 것으로, 이를 통해 광고주(130)가 광고 종료 조건으로 설정한 광고 예산금 또는 한계 클릭수에 접근 여부를 판단할 수 있게 된다.

계속해서, 노출 관리 시스템(200)은 기록된 광고 집행 정보가 광고 종료 조건에 만족하는가를 판단한다(S960). 본 단계(S960)는 광고 집행 정보인 누적 비용 정보가, 광고 집행 정보인 예산금 데이터에 도달하는지의 여부를 판단하는 과정으로, 검색자(120)의 클릭 선택에 따른 단위 클릭 비용의 누적 비용이 광고주(130)가 설정한 예산금에 접근하는가를 확인하게 된다. 또한, 본 단계(S960)에서의 노출 관리 시스템(200)은 광고 집행 정보인 누적 클릭수 정보가, 광고 집행 정보인 한계 클릭수에 도달하는가의 여부를 판단할 수 있으며, 검색자(120)의 클릭 선택에 따른 유효 클릭수의 누적 클릭수가 광고주(130)가 설정한 한계 클릭수에 접근하는가를 확인하게 된다. 이에 따라, 광고주(130)가 설정한 광고 종료 조건에 따라, 검색 목록순의 표시 종료 시점을 유연하게 조정하는 효과를 얻을 수 있다.

상기 판단(S960) 결과, 광고 집행 정보가 광고 종료 조건을 만족하는 경우, 노출 관리 시스템(200)은 광고 레코드(210)에 의한 검색 목록순의 표시를 차단한다(S970). 본 단계(S970)는 검색 목록순에 대한 클릭 확인에 따라 발생하는 과금 비용 또는 클릭수가 설정된 광고 종료 조건을 만족하는 시점에서 검색 목록순의 표시를 중단시키는 과정이다. 따라서, 본 발명에 따르면, 광고주(130)가 계획한 마케팅 광고 전략에 따라 검색 목록순이 표시되는 광고 기간의 유연한 설정이 가능하여, 보다 효과적인 광고 행위가 이루어지도록 하는 효과를 얻을 수 있게 된다.

본 발명의 다른 실시예로서, 노출 관리 시스템(200)은 검색 요청을 위해 입력되는 제2 키워드와, 광고 레코드(210)에 기록되는 제1 키워드의 연관성 유무를 판단하고, 판단 결과에 따라 검색 정보 데이터베이스(245)로부터 검색 목록순을 선별적으로 추출시키게 된다.

즉, 노출 관리 시스템(200)은 검색 모드에 대한 설정 제어를 가능하게 할 수 있으며, 제1 키워드 및 제2 키워드의 연관성, 즉 동일/유사성에 대한 범위 선정에 따라 검색 목록순의 추출이 선택적으로 이루어지도록 한다. 본 실시예에서 사용되는 검색 모드는 입력된 제2 키워드가 제1 키워드와 동일한 경우, 연관성을 유효로 판단하는 기본 검색, 제2 키워드의 카테고리가 제1 키워드와 동일한 카테고리인 경우, 연관성을 유효로 판단하는 확장 검색, 제2 키워드에 제1 키워드가 포함되는 경우, 연관성을 유효로 판단하는 구문 검색 등이 있을 수 있다. 노출 관리 시스템(200)은 연관성이 유효하다고 판단되는 경우에 한하여, 광고 레코드(210)를 참조하여 검색 목록순을 추출하게 된다. 예컨대, 검색 모드를 기본 검색으로 설정하는 경우, 노출 관리 시스템(200)은 제2 키워드로서 입력된 키워드와 정확하게 일치하는 제1 키워드를 노출 정보로서 보유하고 있는 광고 레코드(210)만을 식별하게 할 수 있다. 반면, 검색 모드를 확장 검색으로 설정하는 경우, 제2 키워드의 카테고리와 제1 키워드의 카테고리가 일치하는 광고 레코드(210)를 식별하게 된다. 예를 들어, 제1 키워드를 '자동차'(카테고리 자동차)로 보유하는 광고 레코드(210)는, 제2 키워드로서 '차', '승용차', '중고차' 등이 입력되는 경우에 식별되며, 이는 노출 관리 시스템(200)이 제2 키워드의 카테고리를 '자동차'로 인식하고 제1 키워드 간의 연관성이 존재하는 것으로 판단하기 때문이다.

따라서, 광고주(130)의 마케팅 광고 전략에 최적화할 수 있는 검색 모드를 유연하게 설정할 수 있으며, 더불어 광고주(130)에 의해 제1 키워드로 선택되는 빈도가 낮은 키워드에 대해서도 검색 목록순의 추출이 가능하게 하여 키워드 광고의 활성화 및 광고 수익 창출의 효과를 얻을 수 있게 된다.

본 발명의 실시예들은 다양한 컴퓨터로 구현되는 동작을 수행하기 위한 프로그램 명령을 포함하는 컴퓨터 판독 가능 매체를 포함한다. 상기 컴퓨터 판독 가능 매체는 프로그램 명령, 데이터 파일, 데이터 구조 등을 단독으로 또는 조합하여 포함할 수 있다. 상기 매체는 본 발명을 위하여 특별히 설계되고 구성된 것들이거나 컴퓨터 소프트웨어 당업자에게 공지되어 사용 가능한 것일 수도 있다. 컴퓨터 판독 가능 기록 매체의 예에는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체, CD-ROM, DVD와 같은 광기록 매체, 플롭티컬 디스크와 같은 자기-광 매체, 및 롬, 램, 플래시 메모리 등과 같은 프로그램 명령을 저장하고 수행하도록 특별히 구성된 하드웨어 장치가 포함된다. 상기 매체는 프로그램 명령, 데이터 구조 등을 지정하는 신호를 전송하는 반송파를 포함하는 광 또는 금속선, 도파관 등의 전송 매체일 수도 있다. 프로그램 명령의 예에는 컴파일러에 의해 만들어지는 것과 같은 기계어 코드뿐만 아니라 인터프리터 등을 사용해서 컴퓨터에 의해서 실행될 수 있는 고급 언어 코드를 포함한다.

도 10은 본 발명에 따른 노출 관리 방법을 수행하는 데 채용될 수 있는 범용 컴퓨터 장치의 내부 블록도이다.

컴퓨터 장치(1000)는 램(RAM: Random Access Memory)(1020)과 롬(ROM: Read Only Memory)(1030)을 포함하는 주기억장치와 연결되는 하나 이상의 프로세서(1010)를 포함한다. 프로세서(1010)는 중앙처리장치(CPU)로 불리기도 한다. 본 기술분야에서 널리 알려져 있는 바와 같이, 롬(1030)은 데이터(data)와 명령(instruction)을 단방향성으로 CPU에 전송하는 역할을 하며, 램(1020)은 통상적으로 데이터와 명령을 양방향성으로 전송하는 데 사용된다. 램(1020) 및 롬(1030)은 컴퓨터 판독 가능 매체의 어떠한 적절한 형태를 포함할 수 있다. 대용량 기억장치(Mass Storage)(1040)는 양방향성으로 프로세서(1010)와 연결되어 추가적인 데이터 저장 능력을 제공하며, 상기된 컴퓨터 판독 가능 기록 매체 중 어떠한 것일 수 있다. 대용량 기억장치(1040)는 프로그램, 데이터 등을 저장하는데 사용되며, 통상적으로 주기억장치보다 속도가 느린 하드 디스크와 같은 보조기억장치이다. CD 롬(1060)과 같은 특정 대용량 기억장치가 사용될 수도 있다. 프로세서(1010)는 비디오 모니터, 트랙볼, 마우스, 키보드, 마이크로폰, 터치스크린 형 디스플레이, 카드 판독기, 자기 또는 종이 테이프 판독기, 음성 또는 필기 인식기, 조이스틱, 또는 기타 공지된 컴퓨터 입출력 장치와 같은 하나 이상의 입출력 인터페이스(1050)와 연결된다. 마지막으로, 프로세서(1010)는 네트워크 인터페이스(1070)를 통하여 유선 또는 무선 통신 네트워크에 연결될 수 있다. 이러한 네트워크 연결을 통하여 상기된 방법의 절차를 수행할 수 있다. 상기된 장치 및 도구는 컴퓨터 하드웨어 및 소프트웨어 기술 분야의 당업자에게 잘 알려져 있다. 상기된 하드웨어 장치는 본 발명의 동작을 수행하기 위해 하나 이상의 소프트웨어 모듈로서 작동하도록 구성될 수 있다.

지금까지 본 발명에 따른 구체적인 실시예에 관하여 설명하였으나, 본 발명의 범위에서 벗어나지 않는 한도 내에서는 여러 가지 변형이 가능함은 물론이다. 그러므로, 본 발명의 범위는 설명된 실시예에 국한되어 정해져서는 안되며, 후술하는 특허 청구의 범위뿐 아니라 이 특허 청구의 범위와 균등한 것들에 의해 정해져야 한다.

이상과 같이 본 발명은 비록 한정된 실시예와 도면에 의해 설명되었으나, 본 발명은 상기의 실시예에 한정되는 것은 아니며, 이는 본 발명이 속하는 분야에서 통상의 지식을 가진 자라면 이러한 기재로부터 다양한 수정 및 변형이 가능하다. 따라서, 본 발명 사상은 아래에 기재된 특허 청구 범위에 의해서만 파악되어야 하고, 이의 균등 또는 등가적 변형 모두는 본 발명 사상의 범주에 속한다고 할 것이다.

발명의 효과

이상의 설명에서 알 수 있는 바와 같이, 본 발명에 따르면, 검색 목록순의 추출에 관여하는 하나 이상의 광고 레코드를 하나의 광고 그룹으로 그룹핑하고, 검색 목록순에 대한 추출 변경 요소가 광고 그룹에 입력함에 따라 그룹핑된 광고 레코드에 대한 일괄적인 속성 변경이 이루어지도록 하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템을 제공할 수 있다.

또한, 본 발명에 따르면, 검색 목록순이 표시되는 노출 대상을, 광고주의 임의 선택에 따라 지역, 연령, 성별로 제한함으로써, 광고주의 마케팅 광고 전략에 최적화하는 검색자에게 한하여 검색 목록순이 표시되도록 하는 검색 목록순의 노

출 관리 방법 및 노출 관리 시스템을 제공할 수 있다.

또한, 본 발명에 따르면, 검색 목록순에 대한 검색자의 클릭 선택에 따라 생성되는 광고 집행 정보가 소정의 광고 종료 조건을 만족하는 시점에서, 검색 목록순의 표시가 차단되도록 함으로써 광고 종료 시점에 대한 광고주의 능동적 제어를 가능하게 하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템을 제공할 수 있다.

또한, 본 발명에 따르면, 추출 원인이 되는 키워드와, 검색 요청을 위해 입력되는 키워드와의 연관성 유무를 판단하는 방식에 따라 검색 목록순을 추출시키는 검색 모드의 다양화를 도모하는 검색 목록순의 노출 관리 방법 및 노출 관리 시스템을 제공할 수 있다.

(57) 청구의 범위

청구항 1.

광고 레코드 및 광고 그룹을 포함하는 노출 관리 시스템에서, 검색자의 검색 요청에 응답하여 상기 검색자에게 노출시킬 광고주의 검색 목록순을 관리하는 방법에 있어서,
상기 노출 관리 시스템에서 소정의 키워드 및 상기 키워드에 대응하는 검색 목록순을 검색 정보 데이터베이스에 저장하는 단계;
상기 노출 관리 시스템에서 상기 저장되는 키워드 중에서 일부의 키워드를 상기 광고주로부터 선정 받고, 상기 선정된 키워드를 상기 광고 레코드에 각각 기록하는 단계;
상기 노출 관리 시스템에서, 검색 목록순이 표시되는 광고 노출 위치에 관한 정보를 상기 광고주로부터 입력 받아, 상기 기록된 키워드에 대응하여 상기 광고 레코드에 각각 기록하는 단계;
상기 노출 관리 시스템에서 하나 이상의 상기 광고 레코드를 상기 광고 그룹으로 그룹핑하는 단계;
소정의 인터넷 검색 서비스 시스템에서 상기 검색자로부터 소정의 키워드를 포함하는 검색 요청을 수신하는 단계;
상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색자의 검색 요청 시에 입력된 키워드에 대응하는 검색 목록순을, 상기 검색 정보 데이터베이스로부터 추출하는 단계; 및
상기 노출 관리 시스템에서 상기 입력된 키워드가 기록된 광고 레코드를 참조하여, 상기 추출된 검색 목록순이 상기 검색자에게 노출되도록 제어하는 단계를 포함하고,
상기 추출된 검색 목록순이 상기 검색자에게 노출되도록 제어하는 상기 단계는,
상기 참조되는 광고 레코드에 기록된 광고 노출 위치에서, 상기 추출된 검색 목록순이 노출 가능한가를 판단하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 2.

제1항에 있어서,
상기 하나 이상의 상기 광고 레코드를 동일한 상기 광고주에 기준하여 광고 그룹으로 그룹핑하는 상기 단계는,
상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색 목록순의 표시에 관한 노출 정보를 상기 광고주로부터 수신하여 해당 검색 목록순과 관련된 키워드가 기록되는 광고 레코드에 기록하는 단계를 포함하고,
상기 노출 정보는 상기 검색 목록순의 표시 시간 대역에 관한 정보, 상기 검색 목록순의 노출 대상에 관한 정보, 상기 검색 목록순에 대한 상기 검색자의 허용 클릭수에 관한 정보 중 어느 하나 이상인 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 3.

제2항에 있어서,
상기 노출 대상에 관한 정보는 상기 검색 목록순이 표시되는 지역 정보, 연령 정보, 성별 정보 중 어느 하나 이상에 관한 정보를 포함하며,
상기 추출된 검색 목록순이 상기 검색자에게 노출되도록 제어하는 상기 단계는,
상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색자에 대한 인증 처리를 위한 신상 정보를 유지하는 단계;
상기 검색자에 의해 상기 검색 요청이 발생하는 경우, 상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색자의 신상 정보를 식별하는 단계; 및
상기 노출 관리 시스템에서 상기 식별된 신상 정보를 상기 노출 대상에 관한 정보와 비교하고, 상기 검색 목록순의 표시를, 상기 검색자의 지역 정보, 연령 정보, 성별 정보 중 하나 이상에 기준하여 제한하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 4.

제2항에 있어서,
상기 노출 관리 시스템에서 상기 광고 그룹에 소정의 변경 요소 데이터를 기록하는 단계; 및
상기 기록된 변경 요소 데이터에 의거하여, 상기 노출 관리 시스템에서 상기 광고 그룹과 그룹핑되는 적어도 일부의 상기 광고 레코드의 노출 정보를 일괄 조정하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 5.

제1항에 있어서,
상기 광고 레코드는 상기 추출된 검색 목록순의 표시에 관한 소정의 제1 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율에 관한

정보를 포함하며,
 상기 추출된 검색 목록순이 상기 검색자에게 노출되도록 제어하는 상기 단계는,
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색 요청을 위해 입력된 키워드에 대응하여, 추출된 하나 이상의 상기 검색 목록순 중에서 상기 제1 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율에 기초하여 소정 개의 검색 목록순을 선별하는 단계; 및
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 선별된 검색 목록순을, 상기 제1 단위 클릭 비용 및 노출 대비 클릭율에 따라 정렬시키는 단계
 를 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 6.

제1항에 있어서,
 상기 광고 레코드는 상기 추출된 검색 목록순의 표시에 관한 소정의 제1 단위 클릭 비용 정보를 포함하며,
 상기 추출된 검색 목록순이 상기 검색자에게 노출되도록 제어하는 상기 단계는,
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색 목록순이 표시될 검색 화면 상의 노출 영역을 하나 이상의 단위 표시존으로 구획하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 구획된 단위 표시존 중에서 상기 광고 레코드에 기록된 광고 노출 위치에 상당하는 단위 표시존을 식별하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 식별된 단위 표시존에 상응하여 구비되는 소정의 입찰 필드에 상기 제1 단위 클릭 비용을 기록하는 단계; 및
 상기 입찰 필드에서의 상기 입찰 처리에 의해 상기 제1 단위 클릭 비용이 낙찰되는 경우, 상기 노출 관리 시스템에서 낙찰된 상기 제1 단위 클릭 비용의 검색 목록순에게 상기 식별된 단위 표시존에서의 노출 권한이 부여되도록 하는 단계
 를 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 7.

제6항에 있어서,
 상기 입찰 처리는 상기 입찰 필드로의 상기 제1 단위 클릭 비용의 기록에 연동하여 수행하며, 상기 입찰 필드에 기록되는 가장 큰 수치를 보유하는 단위 클릭 비용의 검색 목록순을 낙찰시키는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 8.

제1항에 있어서,
 상기 광고 레코드는 소정의 단위 클릭 비용에 관한 정보를 포함하며,
 상기 추출된 검색 목록순이 상기 검색자에게 노출되도록 제어하는 상기 단계는,
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 광고 노출 위치에 표시되는 검색 목록순에 대한 소정 검색자의 클릭 선택을 수신 받는 단계; 및
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 클릭 선택에 상응하여 상기 단위 클릭 비용 정보를 과금 정보로서, 상기 광고 그룹에 기록하는 단계
 를 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 9.

제1항에 있어서,
 상기 추출된 검색 목록순이 상기 검색자에게 노출되도록 제어하는 상기 단계는,
 상기 노출 관리 시스템에서 소정 검색 엔진에 대한 채널 정보를 입력 받아 상기 광고 레코드에 기록하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색 요청이 생성된 검색 엔진을 인지하고, 상기 인지된 검색 엔진의 상기 채널 정보를 기록하고 있는 광고 레코드를 식별하는 단계; 및
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 식별된 광고 레코드를 참조하여, 상기 추출된 검색 목록순이 상기 검색자에게 노출되도록 제어하는 단계
 를 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 10.

노출 관리 시스템을 포함하는 인터넷 검색 서비스 시스템에서 검색자의 검색 요청에 응답하여 상기 검색자에게 노출시킬 광고주의 검색 목록순을 관리하는 방법에 있어서,
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색 목록순의 표시와 관련되는 노출 정보를 소정의 광고 레코드에 기록하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 하나 이상의 상기 광고 레코드를 광고 그룹으로 그룹핑하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 광고 그룹에 소정의 광고 종료 조건을 기록하는 단계;
 상기 검색자의 검색 요청에 응답하여, 상기 노출 관리 시스템에서 상기 노출 정보에 기초한 소정의 검색 목록순을 상기 검색자에게 제공하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 제공된 검색 목록순에 대한 상기 검색자의 클릭 선택을 수신 받고, 상기 클릭 선택에 따라 생성되는 소정의 광고 집행 정보를 상기 광고 그룹에 기록하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 기록된 광고 집행 정보가 상기 광고 종료 조건에 만족하는가를 판단하는 단계; 및
 상기 판단 결과, 상기 광고 집행 정보가 상기 광고 종료 조건을 만족하는 경우, 상기 노출 관리 시스템에서 상기 광고 레코드에 의한 검색 목록순의 표시를 차단하는 단계
 를 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 11.

제10항에 있어서,
 상기 광고 집행 정보는 상기 검색 목록순에 대한 상기 검색자의 클릭 선택에 따라 발생하는 과금 비용에 대한 누적 비용 정보이며,
 상기 광고 그룹에 소정의 광고 종료 조건을 기록하는 상기 단계는,
 상기 광고 종료 조건으로서, 상기 광고 그룹에 할당되는 소정의 예산금 데이터를 기록하고,
 상기 광고 종료 조건에 만족하는가를 판단하는 상기 단계는,
 상기 누적 비용 정보가 상기 예산금 데이터에 도달하는지의 여부를 판단하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 12.

제10항에 있어서,
 상기 광고 집행 정보는 상기 검색 목록순에 대한 상기 검색자의 클릭 선택에 따라 발생하는 클릭수에 대한 누적 클릭 수 정보이며,
 상기 광고 그룹에 소정의 광고 종료 조건을 기록하는 상기 단계는,
 상기 광고 종료 조건으로서, 상기 광고 그룹에 할당되는 소정의 한계 클릭수 데이터를 기록하고,
 상기 광고 종료 조건에 만족하는가를 판단하는 상기 단계는,
 상기 누적 클릭수 정보가 상기 한계 클릭수에 도달하는지의 여부를 판단하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 13.

노출 관리 시스템을 포함하는 인터넷 검색 서비스 시스템에서 검색자의 검색 요청에 응답하여 상기 검색자에게 노출 시킬 광고주의 검색 목록순을 관리하는 방법에 있어서,
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색 목록순의 추출 원인이 되는 제1 키워드를 소정의 광고 레코드에 기록하는 단계 -상기 광고 레코드는 상기 검색 목록순이 표시되는 소정 검색 엔진에 관한 채널 정보를 유지함-;
 상기 노출 관리 시스템에서 하나 이상의 상기 광고 레코드를 광고 그룹으로 그룹핑하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 광고 그룹에 소정의 검색 모드를 기록하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 채널 정보에 의해 특정되는 검색 엔진에서의 검색 요청을 위해 입력되는 제2 키워드를 식별하는 단계;
 상기 기록된 검색 모드에 의거하여 상기 노출 관리 시스템에서 상기 식별된 제2 키워드와 상기 제1 키워드와의 연관성 유무를 판단하는 단계; 및
 상기 판단 결과, 상기 연관성이 유효한 경우, 상기 노출 관리 시스템에서 상기 광고 레코드를 참조한 상기 검색 목록순을 추출하는 단계
 를 포함하고,
 상기 검색 모드는 상기 제2 키워드가 상기 제1 키워드와 동일한 경우, 연관성을 유효로 판단하는 기본 검색, 상기 제2 키워드의 카테고리가 상기 제1 키워드와 동일한 카테고리인 경우, 연관성을 유효로 판단하는 확장 검색, 상기 제2 키워드에 상기 제1 키워드가 포함되는 경우, 연관성을 유효로 판단하는 구문 검색 중 하나인 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 14.

노출 관리 시스템을 포함하는 인터넷 검색 서비스 시스템에서 검색자의 검색 요청에 응답하여 상기 검색자에게 노출 시킬 광고주의 검색 목록순을 관리하는 방법에 있어서,
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 검색 목록순의 추출 및 상기 추출된 검색 목록순이 표시되는 위치에 관한 노출 정보의 기록을 위한 광고 레코드를 유지하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 하나 이상의 상기 광고 레코드를 그룹핑하며, 상기 검색 목록순이 표시되는 기간에 관한 광고 지속 정보의 기록을 위한 광고 집합을 유지하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 하나 이상의 상기 광고 집합을 그룹핑하며, 상기 검색 목록순이 표시되는 노출 대상에 관한 선정 정보의 기록을 위한 캠페인을 유지하는 단계 -상기 선정 정보는 노출 대상의 지역, 연령, 성별, 채널에 관한 정보를 포함함-;
 상기 노출 관리 시스템에서 하나 이상의 상기 캠페인을 그룹핑하며, 상기 검색 목록순의 표시와 관련한 금액 정보의 기록을 위한 광고주 계좌를 유지하는 단계;
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 채널에 관한 정보에 의해 특정되는 검색 엔진에서의 검색 요청에 응답하여, 상기 선정 정보, 상기 광고 지속 정보, 및 상기 노출 정보에 의거한 상기 검색 목록순을, 상기 검색 요청을 발생한 검색자에게 제공하는 단계; 및
 상기 노출 관리 시스템에서 상기 제공된 검색 목록순에 대한 상기 검색자의 클릭 선택에 따라 발생하는 소정의 과금을 상기 금액 정보를 이용하여 결제되도록 하는 단계
 를 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 방법.

청구항 15.

제1항 내지 제14항 중 어느 한 항의 방법을 실행시키기 위한 프로그램을 기록한 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체.

청구항 16.

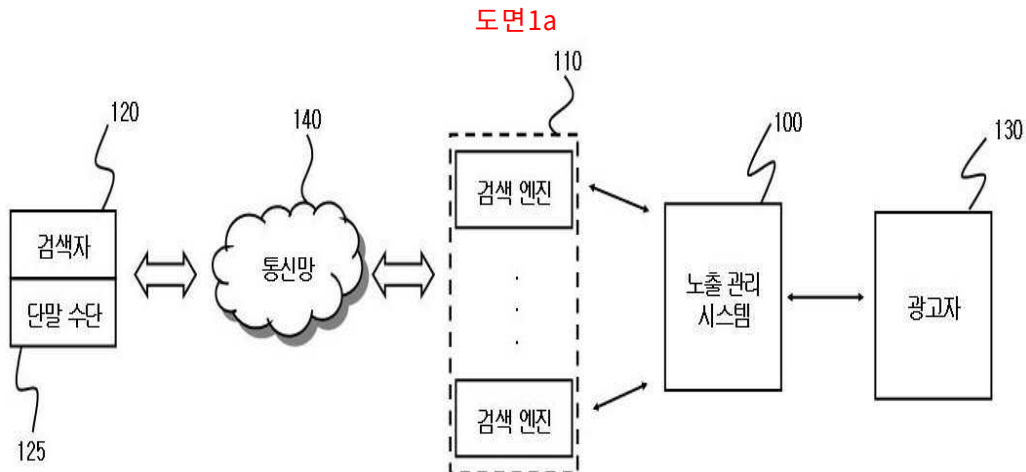
노출 관리 시스템을 포함하는 인터넷 검색 서비스 시스템에서 검색자의 검색 요청에 응답하여 상기 검색자에게 노출 시킬 광고주의 검색 목록순을 관리하는 시스템에 있어서,
 상기 검색 목록순을 검색자에게 표시하는 것과 관련되는 노출 정보를 기록하기 위한 광고 레코드;
 하나 이상의 상기 광고 레코드를 그룹핑하는 광고 그룹;

상기 광고 그룹에 소정의 광고 종료 조건을 기록하는 광고 조건 입력 수단;
 검색자의 검색 요청에 응답하여, 상기 노출 정보에 기초한 소정의 검색 목록순을 상기 검색자에게 제공하는 결과 제공 수단;
 상기 제공된 검색 목록순에 대한 상기 검색자의 클릭 선택을 수신하고, 상기 클릭 선택에 따라 생성되는 소정의 광고 집행 정보를 상기 광고 그룹에 기록하는 집행 정보 생성 수단; 및
 상기 기록된 광고 집행 정보와 상기 광고 종료 조건을 비교하고, 상기 광고 집행 정보가 상기 광고 종료 조건을 만족하는 경우, 상기 광고 그룹과 그룹핑되는 상기 광고 레코드에 의한 검색 목록순의 제공을 중단시키는 동작 제어 수단을 포함하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 시스템.

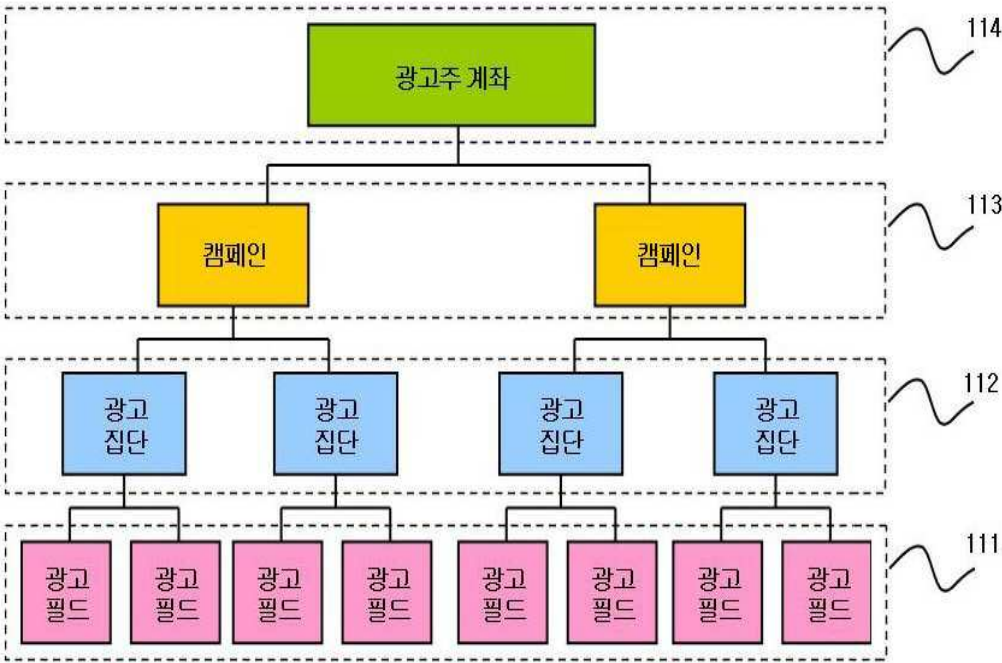
청구항 17.

제16항에 있어서,
 상기 광고 조건 입력 수단은 상기 광고 종료 조건으로서, 상기 광고 그룹에 할당되는 소정의 예산금 데이터 또는 소정의 한계 클릭수 데이터를 기록하고,
 상기 동작 제어 수단은,
 상기 검색 목록순에 대한 상기 검색자의 클릭 선택에 따라 발생하는 과금 비용에 대한 누적 비용 정보를 상기 예산금 데이터를 비교하거나,
 상기 검색 목록순에 대한 상기 검색자의 클릭 선택에 따라 발생하는 클릭수에 대한 누적 클릭수 정보를 상기 한계 클릭수 데이터를 비교하여,
 상기 광고 종료 조건의 만족 여부를 판단하는 것을 특징으로 하는 노출 관리 시스템.

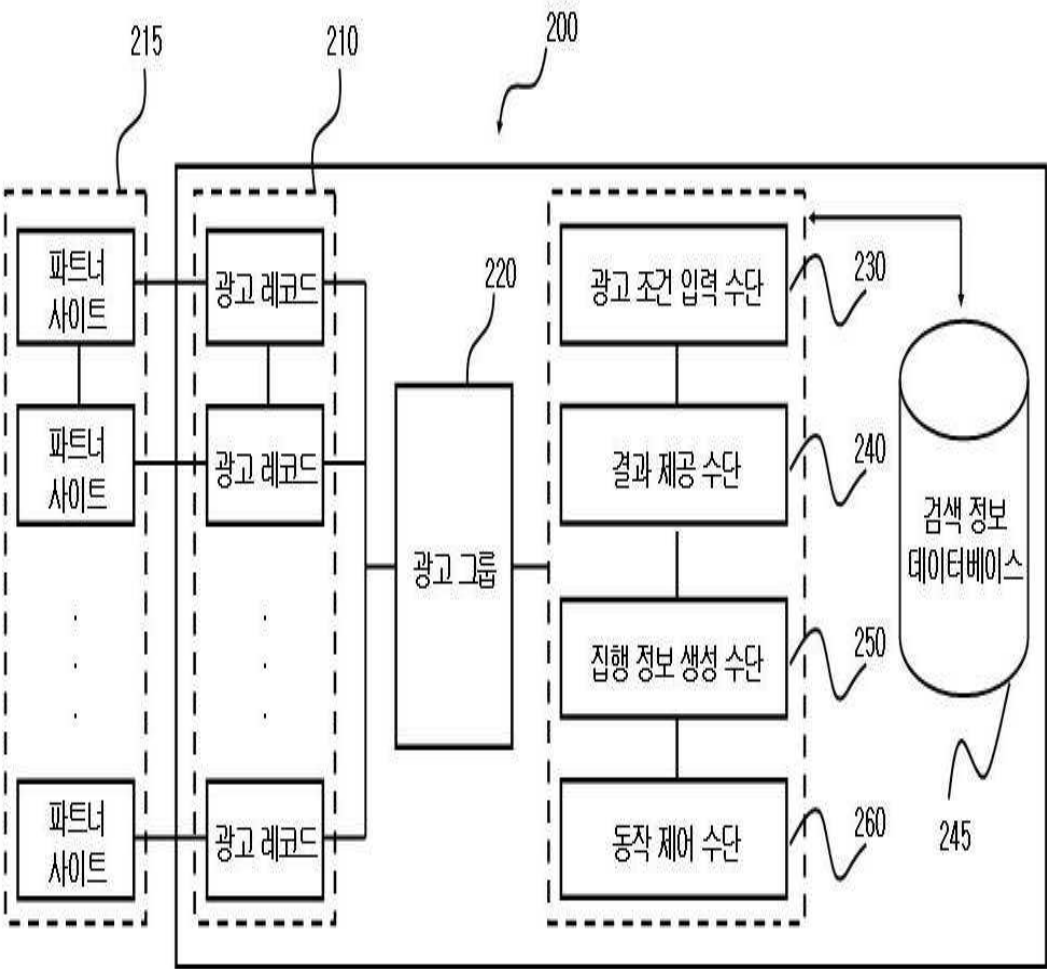
도면



도면1b



도면2



도면3a

<검색 정보 데이터베이스>

키워드	검색 목록순
삼성전자	삼성전자  (지도) - 반도체, 컴퓨터 및 주변기기, 통신사무기기, 생활가전, 주방가전, 홈네트워크, 광통신 등 종합전자업체. 인기도  http://www.sec.co.kr  웹문서검색  상세정보  기업정보 비즈니스, 경제 > 기업 > 증권거래소 상장기업 > 삼성전자
서비스센터	삼성전자 서비스센터  (지도) - 서비스 상담 및 신청, 자가진단, 사용설명서, 드라이버 및 유틸리티 다운로드, 전국 서비스센터 안내. 인기도  http://www.samsungsvc.co.kr  웹문서검색  상세정보  기업정보 비즈니스, 경제 > 기업 > 증권거래소 상장기업 > 삼성전자

광고 그룹



도면3b

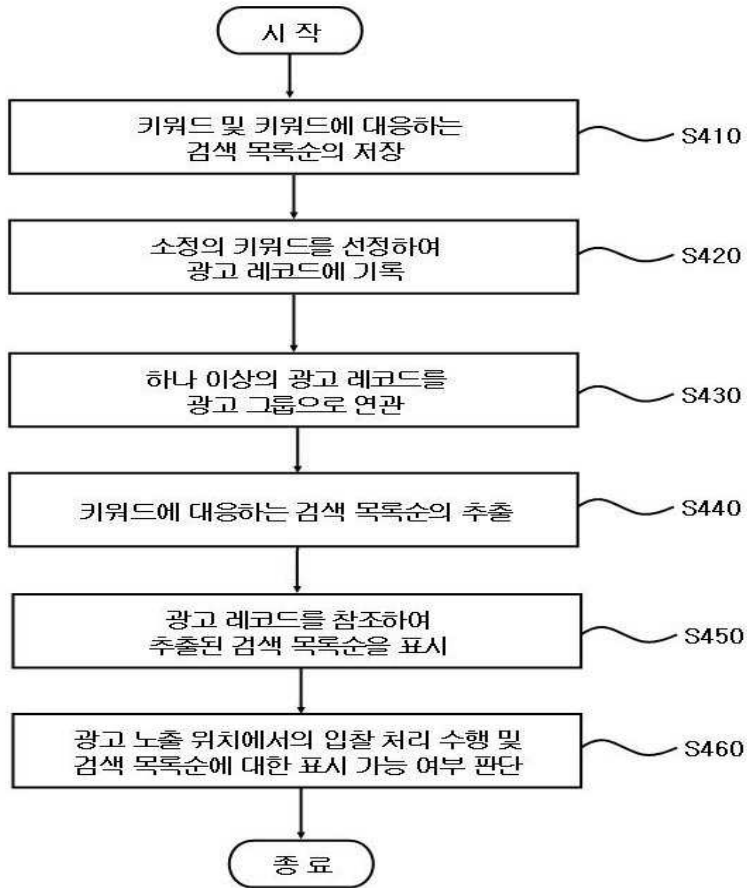
<검색 정보 데이터베이스>

키워드	검색 목록순
삼성전자 (Naver)	삼성전자 [동영상] [지도] - 반도체, 컴퓨터 및 주변기기, 통신사무기기, 생활가전, 주방가전, 홈네트워크, 광통신 등 종합전자업체. 인기도 >>>>> http://www.sec.co.kr 웹문서검색 상세정보 기업정보 비즈니스, 경제 > 기업 > 증권거래소 상장기업 > 삼성전자
삼성전자 (Yahoo)	삼성전자 [현재형] [기업정보] 005930.KS - 회사 및 제품 정보, 인터넷쇼핑 및 회원용 맞춤서비스 제공. 인기도 >>>>> http://www.sec.co.kr 카테고리 더보기: 삼성전자

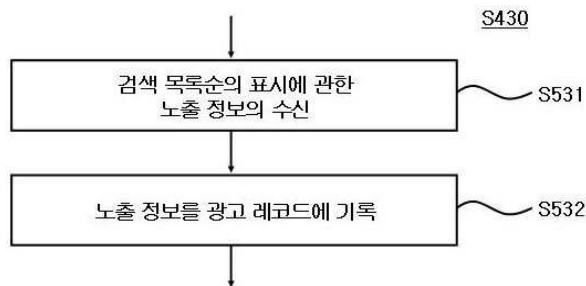
광고 그룹



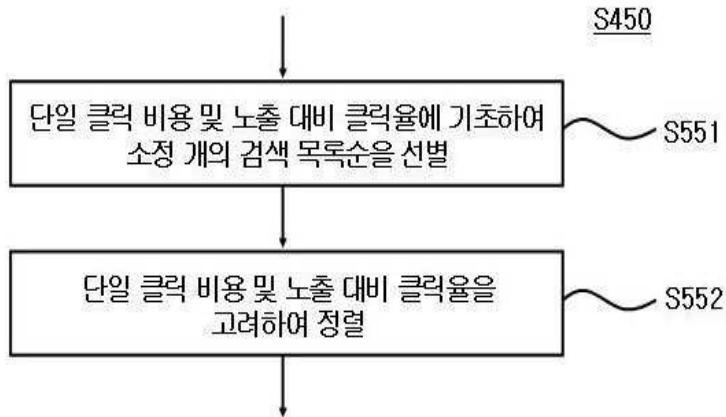
도면4



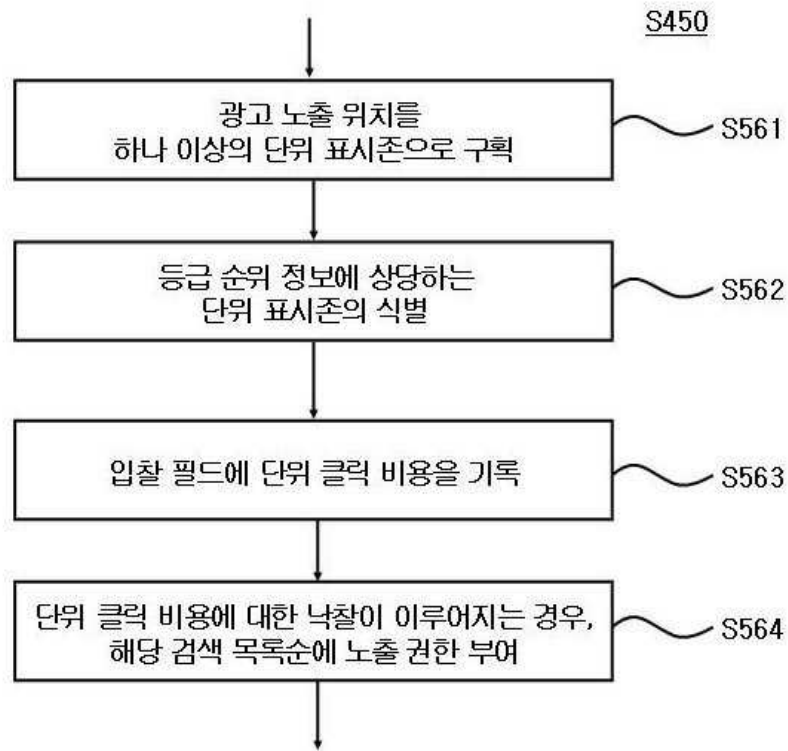
도면5a



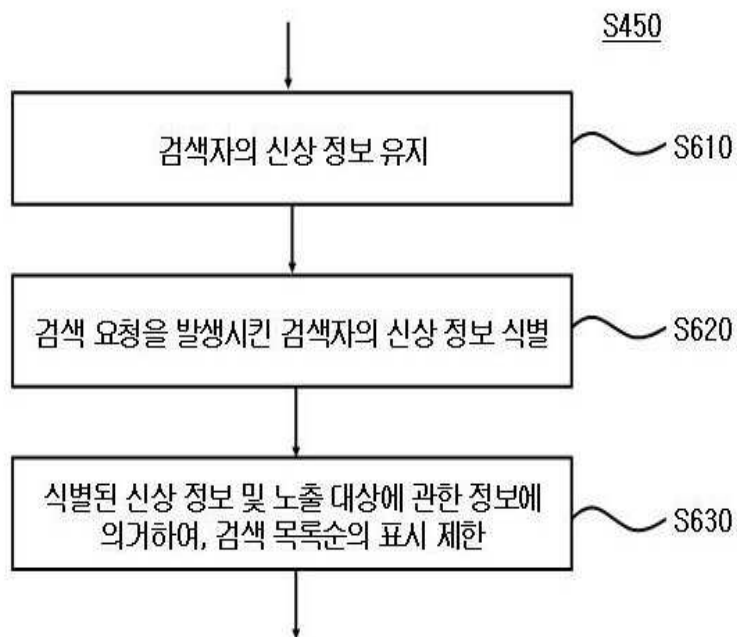
도면5b



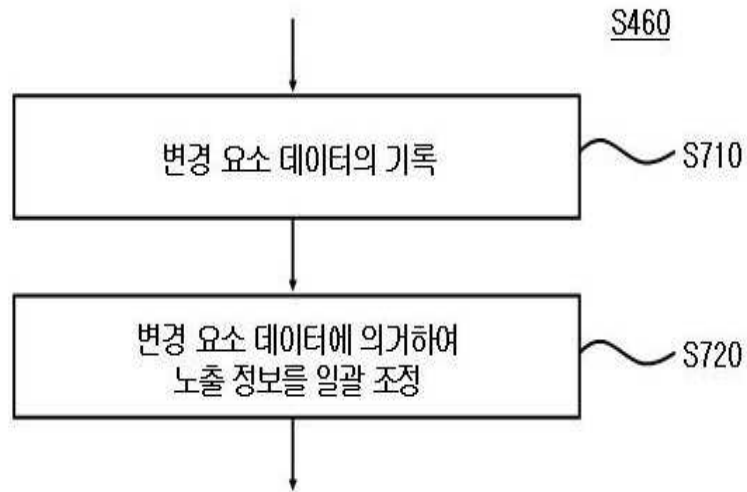
도면5c



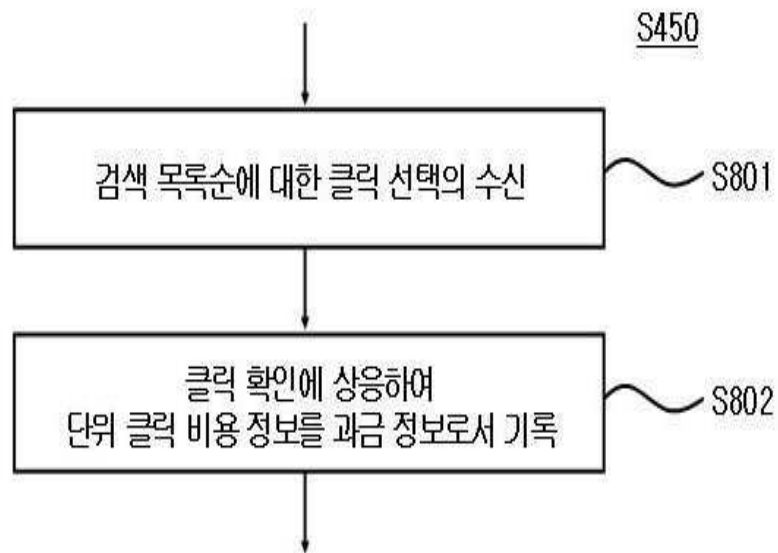
도면6



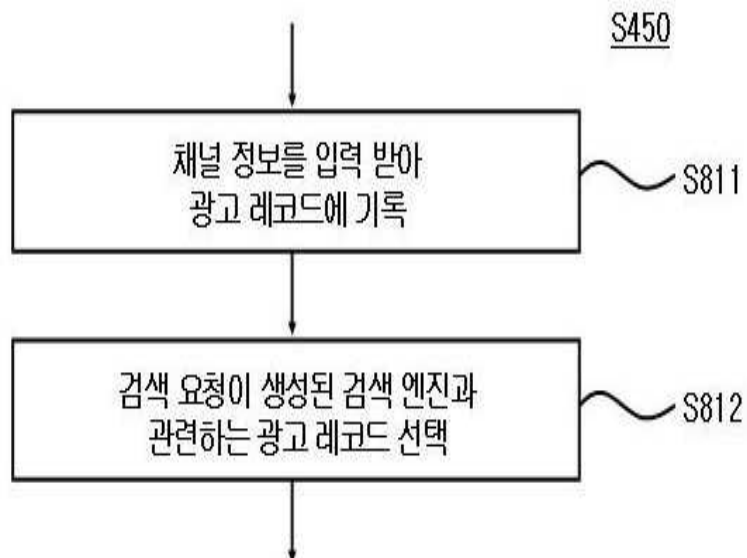
도면7



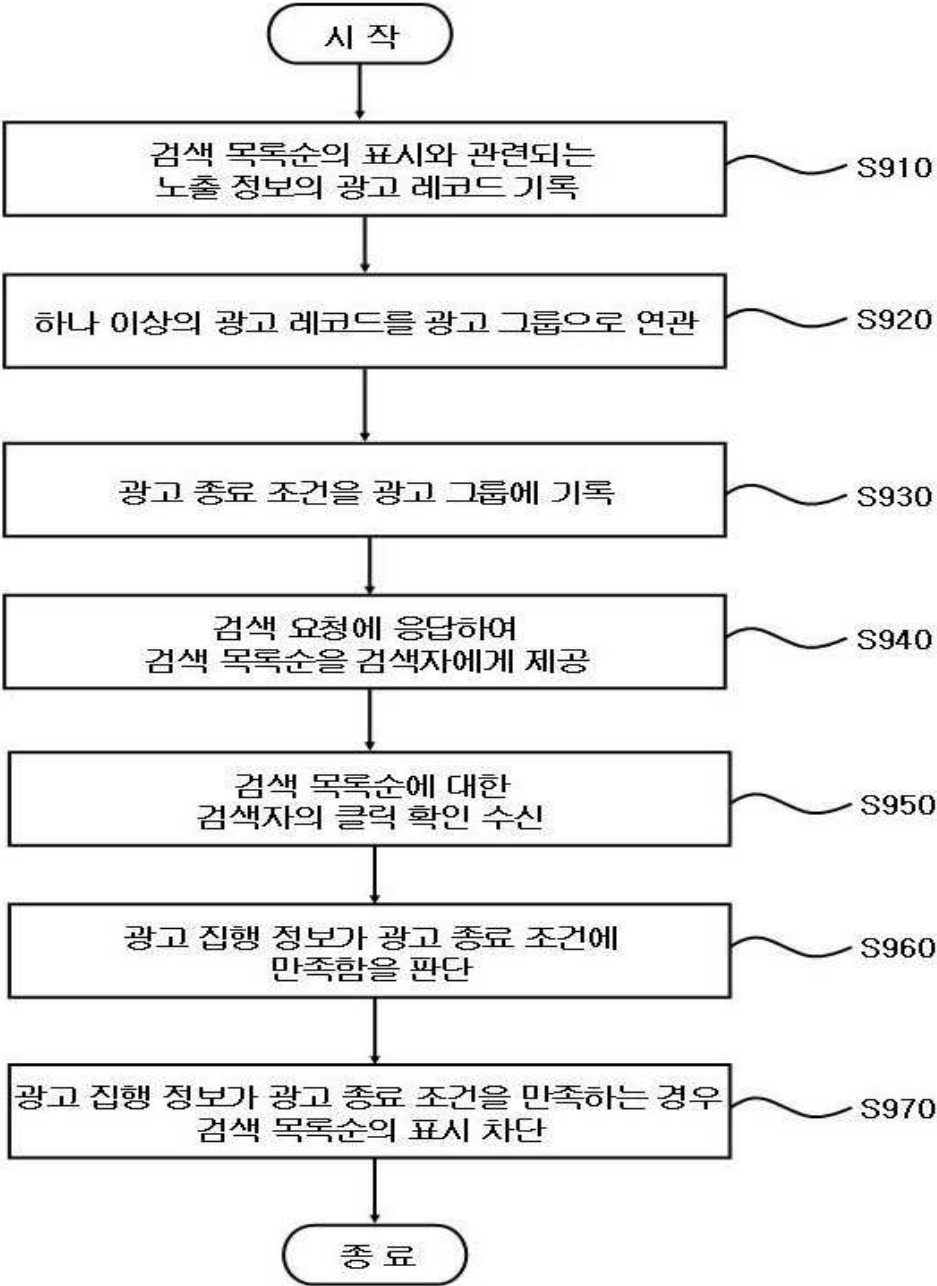
도면8a



도면8b



도면9



도면10

