



(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 등록특허공보(B1)

(45) 공고일자 2015년02월04일
(11) 등록번호 10-1489172
(24) 등록일자 2015년01월28일

- (51) 국제특허분류(Int. Cl.)
G06Q 30/02 (2012.01) G06Q 50/10 (2012.01)
- (21) 출원번호 10-2010-7027731 (분할)
- (22) 출원일자(국제) 2006년08월02일
심사청구일자 2011년08월02일
- (85) 번역문제출일자 2010년12월09일
- (65) 공개번호 10-2010-0134804
- (43) 공개일자 2010년12월23일
- (62) 원출원 특허 10-2008-7006007
원출원일자(국제) 2006년08월02일
심사청구일자 2008년06월16일
- (86) 국제출원번호 PCT/US2006/030073
- (87) 국제공개번호 WO 2007/021546
국제공개일자 2007년02월22일
- (30) 우선권주장
11/325,993 2006년01월05일 미국(US)
60/707,728 2005년08월12일 미국(US)
- (56) 선행기술조사문헌
US20050050027 A1*
WO2002003227 A2*
WO2002003227 A2*
*는 심사관에 의하여 인용된 문헌

- (73) 특허권자
로비 솔루션스 코퍼레이션
미합중국 캘리포니아 95050 산타클라라 데라 크루즈 보울리바드 2830
- (72) 발명자
패터슨, 제임스
미국 캘리포니아 94115, 샌프란시스코, 브로드웨이 #4 2295
거빈, 아담
미국 캘리포니아 94041, 마운틴 뷰, 달마 드라이브 86
- (74) 대리인
장훈

전체 청구항 수 : 총 37 항

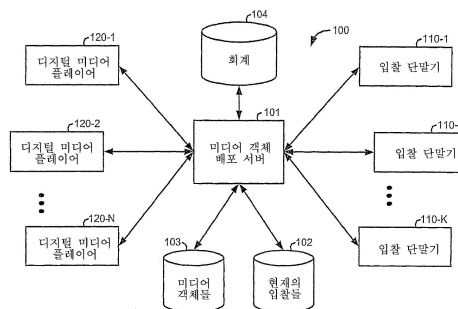
심사관 : 김상현

(54) 발명의 명칭 인터넷-접속된 미디어 플레이어들 상에서의 광고 프로모션들의 입찰-기반 전달

(57) 요약

미디어 플레이어들은 활성화 이벤트들에 따라 미디어 객체 배포 서버로 자동으로 연결되어, 미디어 프로모션들이 사용자들에게 디스플레이되도록 미디어 객체 배포 서버로부터 미디어 플레이어들로 전송될 수 있다. 전송될 미디어 프로모션들의 결정은 애드 슬롯들에 대한 온라인 입찰로 생성된 애드 슬롯들에 대한 랭크 리스트들 및 미디어 프로모션들을 제공하고 있는 광고주들에 대해 미리-마련된 예산들에 기초한다. 미디어 플레이어에의 미디어 프로모션의 전송이 뒤따르고, 전송되어 지는 미디어 프로모션들의 광고주들과 미디어 플레이어의 제조자에 대한 계정들이 미디어 객체 배포 서버에 의해 업데이트 되어, 제조자가 전송에 대해 보상받고 광고주가 그에 대해 지불할 수 있도록 한다.

대표도



특허청구의 범위

청구항 1

미디어 플레이어들 상에 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법에 있어서,

미디어 플레이어의 제조자의 식별을 나타내는 정보를 상기 미디어 플레이어로부터 수신하는 단계;

복수의 잠재적 스폰서들 각각에 제각기(respectively) 대응하는 복수의 가중치를 결정하는 단계로서, 상기 복수의 가중치는 대응하는 잠재적 스폰서들과의 과거 비즈니스 레벨들 및 대응하는 잠재적 스폰서들의 예산 중 하나에 적어도 부분적으로 기초하는, 상기 복수의 가중치를 결정하는 단계;

광고 슬롯에 대해 스폰서를 선택하는 단계로서,

(a) 복수의 잠재적 스폰서들의 랭크 리스트(ranked list) 상에서 맨 위의 위치로부터 후보 스폰서를 선택하는 단계로서, 상기 랭크 리스트 상의 복수의 스폰서들의 잠재적 스폰서들 각각의 위치는 상기 대응하는 잠재적 스폰서에 대해 결정된 상기 가중치에 대응하는, 후보 스폰서를 선택하는 단계;

(b) 상기 후보 스폰서가 상기 광고 슬롯에 대해 상기 스폰서로 선택된다면, 상기 광고 슬롯에 대해 상기 후보 스폰서와 연관된 예산이 초과될 것인지 여부를 결정하는 단계; 및

(c) 상기 예산이 초과되지 않을 것이라면 상기 후보 스폰서를 상기 광고 슬롯에 대한 상기 스폰서로 선택하고, 상기 예산이 초과될 것이라면 상기 복수의 잠재적 스폰서들의 상기 랭크 리스트로부터 상기 후보 스폰서를 삭제하고 (a) 내지 (c)를 반복하는 단계에 의해서,

상기 광고 슬롯에 대해 스폰서를 선택하는 단계;

상기 미디어 플레이어가 상기 미디어 플레이어의 사용자에게 미디어 프로모션을 렌더링(rendering)하도록 상기 광고 슬롯에 대해 선택된 상기 스폰서에 의해 미리 제공되는 상기 미디어 프로모션의 복사본을 상기 미디어 플레이어에 전송하는 단계; 및

상기 제조자가 상기 미디어 프로모션의 상기 복사본의 전송에 대해 보상받을 수 있도록 상기 제조자와 연관된 계정을 업데이트(update)하는 단계를 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 2

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어의 디바이스 유형을 나타내는 정보를 수신하는 단계; 및

상기 미디어 프로모션의 상기 복사본을 전송하기 전에, 상기 수신된 정보를 사용하여 상기 미디어 프로모션을 선택하는 단계를 더 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 3

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어의 지리적 위치를 나타내는 정보를 수신하는 단계; 및

상기 미디어 프로모션의 상기 복사본을 전송하기 전에, 상기 수신된 정보를 사용하여 상기 미디어 프로모션을 선택하는 단계를 더 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 4

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어의 사용자를 나타내는 정보를 수신하는 단계; 및

상기 미디어 프로모션의 상기 복사본을 전송하기 전에, 상기 수신된 정보를 사용하여 상기 미디어 프로모션을 선택하는 단계를 더 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 5

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어와 연관된 상기 광고 슬롯을 결정하는 단계를 더 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 6

제5항에 있어서,

상기 미디어 플레이어에 연관된 상기 광고 슬롯을 결정하는 단계는,

상기 미디어 플레이어의 디바이스 유형을 나타내는 정보를 수신하는 단계; 및

상기 수신된 정보를 사용하여 상기 광고 슬롯을 결정하는 단계를 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 7

제5항에 있어서,

상기 미디어 플레이어에 연관된 상기 광고 슬롯을 결정하는 단계는,

상기 미디어 플레이어의 지리적 위치를 나타내는 정보를 수신하는 단계; 및

상기 수신된 정보를 사용하여 상기 광고 슬롯을 결정하는 단계를 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 8

제5항에 있어서,

상기 미디어 플레이어에 연관된 상기 광고 슬롯을 결정하는 단계는,

상기 미디어 플레이어의 사용자를 나타내는 정보를 수신하는 단계; 및

상기 수신된 정보를 사용하여 상기 광고 슬롯을 결정하는 단계를 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 9

삭제

청구항 10

미디어 플레이어들 상에 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법에 있어서,

미디어 플레이어의 제조자의 식별을 나타내는 정보를 상기 미디어 플레이어로부터 수신하는 단계;

복수의 잠재적 스폰서들 각각에 제각기 대응하는 복수의 가중치를 결정하는 단계로서, 상기 복수의 가중치는 대응하는 잠재적 스폰서들과의 과거 비즈니스 레벨들 및 대응하는 잠재적 스폰서들의 예산 중 하나에 적어도 부분적으로 기초하는, 상기 복수의 가중치를 결정하는 단계;

광고 슬롯에 대해 스폰서를 선택하는 단계로서,

(a) 상기 결정된 가중치들로부터 결정된 확률들을 사용하여 상기 복수의 잠재적 스폰서들의 리스트로부터 후보 스폰서를 임의로 선택하는 단계;

(b) 상기 후보 스폰서가 상기 광고 슬롯에 대해 상기 스폰서로 선택된다면, 상기 광고 슬롯에 대해 상기 후보 스폰서와 연관된 예산이 초과될 것인지 여부를 결정하는 단계; 및

(c) 상기 예산이 초과되지 않을 것이라면 상기 후보 스폰서를 상기 광고 슬롯에 대한 상기 스폰서로 선택하고, 상기 예산이 초과될 것이라면 상기 복수의 잠재적 스폰서들의 상기 리스트로부터 상기 후보 스폰서를

삭제하고 (a) 내지 (c)를 반복하는 단계를 포함하는,

상기 광고 슬롯에 대해 스폰서를 선택하는 단계;

상기 미디어 플레이어가 상기 미디어 플레이어의 사용자에게 미디어 프로모션을 렌더링하도록 상기 광고 슬롯에 대해 선택된 상기 스폰서에 의해 미리 제공되는 상기 미디어 프로모션의 복사본을 상기 미디어 플레이어에 전송하는 단계; 및

상기 제조자가 상기 미디어 프로모션의 상기 복사본의 상기 전송에 대해 보상받을 수 있도록 상기 제조자와 연관된 계정을 업데이트하는 단계를 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 11

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어에 상기 미디어 프로모션의 상기 복사본을 전송하는 단계는 상기 미디어 프로모션의 상기 복사본을 인터넷상으로 전송하는 단계를 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 12

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어에 상기 미디어 프로모션의 상기 복사본을 전송하는 단계는 상기 미디어 프로모션의 상기 복사본을 방송 채널 상으로 전송하는 단계를 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 13

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어는 광학 미디어 플레이어인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 14

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어는 비디오 게임 콘솔인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 15

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어는 퍼스널 디지털 기기(personal digital assistant)인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 16

제1항에 있어서,

상기 미디어 플레이어는 모바일 통신 디바이스인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 17

제1항에 있어서,

상기 미디어 프로모션은 영화를 광고하는 오디오/비디오 클립인, 미디어 프로모션들 광고 방법.

청구항 18

제1항에 있어서,

상기 미디어 프로모션은 비디오 게임을 광고하는 오디오/비디오 클립인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 19

제1항에 있어서,

상기 미디어 프로모션은 그래픽 미디어 객체인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 20

제1항에 있어서,

상기 미디어 프로모션은 오디오 미디어 객체인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 21

미디어 객체 배포 서버에 있어서,

미디어 플레이어의 제조자의 식별을 나타내는 정보를 상기 미디어 플레이어로부터 수신하고;

복수의 잠재적 스폰서들 각각에 제각기 대응하는 복수의 가중치를 결정하되, 상기 복수의 가중치는 대응하는 잠재적 스폰서들과의 과거 비즈니스 레벨들 및 대응하는 잠재적 스폰서들의 예산 중 하나에 적어도 부분적으로 기초하고,

광고 슬롯에 대한 스폰서를 선택함에 있어,

(a) 복수의 잠재적 스폰서들의 랭크 리스트 상에서 맨 위의 위치로부터 후보 스폰서를 선택하는 것으로서, 상기 랭크 리스트 상의 상기 복수의 잠재적 스폰서들의 상기 잠재적 스폰서들 각각의 위치는 상기 대응하는 잠재적 스폰서에 대해 결정된 상기 가중치에 대응하는, 상기 후보 스폰서 선택;

(b) 상기 후보 스폰서가 상기 광고 슬롯에 대해 상기 스폰서로 선택된다면, 상기 광고 슬롯에 대해 상기 후보 스폰서와 연관된 예산이 초과될 것인지 여부 결정; 및

(c) 상기 예산이 초과되지 않을 것이라면 상기 후보 스폰서를 상기 광고 슬롯에 대한 상기 스폰서로 선택하고, 상기 예산이 초과될 것이라면 상기 복수의 잠재적 스폰서들의 상기 랭크 리스트로부터 상기 후보 스폰서를 삭제하고 (a) 내지 (c)의 반복;

에 의해서, 상기 광고 슬롯에 대해 스폰서를 선택하고,

상기 미디어 플레이어가 상기 미디어 플레이어의 사용자에게 미디어 프로모션을 렌더링하도록 상기 광고 슬롯에 대해 선택된 상기 스폰서에 의해 미리 제공되는 상기 미디어 프로모션의 복사본을 상기 미디어 플레이어에 전송하고,

상기 제조자가 상기 미디어 프로모션의 상기 복사본의 상기 전송에 대해 보상받을 수 있도록 상기 제조자와 연관된 계정을 업데이트

하도록 구성된 컴퓨터를 포함하는, 미디어 객체 배포 서버.

청구항 22

미디어 플레이어들 상에 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법에 있어서,

활성화 이벤트에 따라 상기 미디어 플레이어를 미디어 객체 배포 서버에 연결하고, 상기 미디어 플레이어의 제조자를 나타내는 정보를 상기 미디어 객체 배포 서버로 제공하며, 상기 미디어 플레이어의 사용자에게 디스플레이하기 위해 미디어 프로모션을 상기 미디어 객체 배포 서버로부터 수신하도록 하는 프로그램 코드를 미디어 플레이어 상에 설치하는 단계로서, 상기 미디어 프로모션은 광고 슬롯에 대해 선택된 스폰서에 의해 미리 제공되는 상기 프로그램 코드 설치 단계;

복수의 잠재적 스폰서들 각각에 제각기 대응하는 복수의 가중치를 결정하는 단계로서, 상기 복수의 가중치는 대응하는 잠재적 스폰서들과의 과거 비즈니스 레벨 및 대응하는 잠재적 스폰서들의 예산 중 하나에 적어도 부분적으로 기초하는, 상기 복수의 가중치를 결정하는 단계;

상기 광고 슬롯에 대해 스폰서를 선택하는 단계로서,

(a) 복수의 잠재적 스폰서들의 랭크 리스트 상에서 맨 위의 위치로부터 후보 스폰서를 선택하는 단계로서, 상기 랭크 리스트 상의 복수의 잠재적 스폰서들의 상기 잠재적 스폰서들 각각의 위치는 상기 대응하는 잠재적 스폰서에 대해 결정된 상기 가중치에 대응하는, 상기 후보 스폰서를 선택하는 단계;

(b) 상기 후보 스폰서가 상기 광고 슬롯에 대해 상기 스폰서로 선택된다면, 상기 광고 슬롯에 대해 상기 후보 스폰서와 연관된 예산이 초과될 것인지 여부를 결정하는 단계; 및

(c) 상기 예산이 초과되지 않을 것이라면 상기 후보 스폰서를 상기 광고 슬롯에 대한 상기 스폰서로 선택하고, 상기 예산이 초과될 것이라면 상기 복수의 잠재적 스폰서들의 상기 랭크 리스트로부터 상기 후보 스폰서를 삭제하고 (a) 내지 (c)를 반복하는 단계;

에 의해서 상기 광고 슬롯에 대한 스폰서를 선택하는 단계를 포함하는,
미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법

청구항 23

제22항에 있어서,

상기 활성화 이벤트는 상기 미디어 플레이어의 스타트업인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 24

제22항에 있어서,

상기 활성화 이벤트는 상기 미디어 플레이어에의 미디어 삽입인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 25

제22항에 있어서,

상기 활성화 이벤트는 프로그래밍된 시간 동안 상기 미디어 플레이어의 비활동상태인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 26

제22항에 있어서,

상기 활성화 이벤트는 상기 미디어 플레이어에 연관된 예정된 백그라운드 동작의 발생인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 27

제22항에 있어서,

상기 활성화 이벤트는 상기 미디어 플레이어의 사용자에 의해 개시된 미디어 프로모션 요청인, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 28

제22항에 있어서,

상기 미디어 플레이어의 메모리에 상기 미디어 객체 배포 서버에 대한 URL을 저장하여, 상기 미디어 플레이어가 상기 저장된 URL을 사용하여 인터넷을 통해 상기 미디어 객체 배포 서버에 연결할 수 있도록 하는 단계를 더 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 29

제22항에 있어서,

상기 미디어 플레이어의 메모리에 전용 방송 채널 번호를 저장하여, 상기 미디어 플레이어가 상기 저장된 전용 방송 채널 번호를 사용하여 전용 방송 채널을 통해 상기 미디어 객체 배포 서버에 연결할 수 있도록 하는 단계를 더 포함하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 30

제22항에 있어서,

상기 미디어 객체 배포 서버에 대한 URL이 상기 프로그램 코드에 삽입되어, 상기 미디어 플레이어가 상기 저장된 URL을 사용하여 인터넷을 통해 상기 미디어 객체 배포 서버에 연결할 수 있도록 하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 31

제22항에 있어서,

전용 방송 채널 번호가 상기 프로그램 코드에 삽입되어, 상기 미디어 플레이어가 상기 저장된 전용 방송 채널 번호를 사용하여 전용 방송 채널을 통해 상기 미디어 객체 배포 서버와 연결할 수 있도록 하는, 미디어 프로모션들을 광고하기 위해 컴퓨터에 의해 수행되는 방법.

청구항 32

미디어 플레이어에 있어서,

프로세서 및 메모리를 포함하고,

상기 메모리는 활성화 이벤트에 따라 상기 미디어 플레이어가 미디어 객체 배포 서버와 연결하고, 상기 미디어 플레이어의 제조자를 나타내는 정보를 상기 미디어 객체 배포 서버에 제공하며, 상기 미디어 플레이어의 사용자에게 디스플레이하기 위해 미디어 프로모션을 상기 미디어 객체 배포 서버로부터 수신하도록 하는 프로그램 코드를 포함하고,

상기 미디어 프로모션은 광고 슬롯에 대해 선택된 스폰서에 의해 미리 제공되며,

상기 선택은,

복수의 잠재적 스폰서들 각각에 제각기 대응하는 복수의 가중치를

결정하는 것으로서, 상기 복수의 가중치는 대응하는 잠재적 스폰서들의 가중치와 상기 미디어 객체 배포 서버의 과거의 과거 비즈니스 레벨 및 대응하는 잠재적 스폰서들의 예산 중

하나에 적어도 부분적으로 기초하는, 상기 복수의 가중치를 결정하는

것, 및

상기 광고 슬롯에 대해 스폰서를 선택하는 것으로서,

(a) 복수의 잠재적 스폰서들의 랭크 리스트 상에서 맨 위의 위치로부터 후보 스폰서를 선택하는 것으로서, 상기 복수의 잠재적 스폰서들의 랭크 리스트 상에서 상기 잠재적 스폰서들 각각의 위치는 상기 대응하는 잠재적 스폰서에 대해 결정된 상기 가중치에 대응하는, 상기 후보 스폰서를 선택하고,

(b) 상기 후보 스폰서가 상기 광고 슬롯에 대해 상기 스폰서로 선택된다면, 상기 광고 슬롯에 대해 상기 후보 스폰서와 연관된 예산이 초과될 것이지 여부를 결정하고,

(c) 상기 예산이 초과되지 않을 것이라면 상기 후보 스폰서를 상기 광고 슬롯에 대해 상기 스폰서로 선택하고, 상기 예산이 초과될 것이라면 상기 복수의 잠재적 스폰서들의 상기 랭크 리스트로부터 상기 후보 스폰서를 삭

제하고 (a) 내지 (c)를 반복 하는 것에 의해서

상기 광고 슬롯에 대한 스폰서가 선택되는 것에 의해 이루어지는, 미디어 플레이어.

청구항 33

광고 프로모션들을 미디어 플레이어들에 입찰-기반 전달하기 위한 시스템에 있어서,
 미디어 플레이어들의 제조자들에 각각 대응하는 복수의 제조자 계정들 및 복수의 잠재적 광고주들 각각에 의해 제각기 제공된 복수의 미디어 객체들을 저장하는 하나 이상의 메모리 디바이스들; 및
 미디어 객체 배포 서버를 포함하며,
 상기 미디어 객체 배포 서버는,

미디어 플레이어의 제조자의 식별을 나타내는 정보를 수신하고,

상기 복수의 잠재적 광고주들 각각에 제각기 대응하는 복수의 가중치를 결정하는 것으로서, 상기 복수의 가중치는 대응하는 잠재적 광고주들과의 과거 비즈니스 레벨 및 대응하는 잠재적 광고주들의 예산 중 하나에 적어도 부분적으로 기초하는, 상기 복수의 가중치를 결정하고,

광고 슬롯에 대한 광고주들,

(a) 상기 복수의 잠재적 광고주들의 랭크 리스트 상에서 맨 위의 위치로부터 후보 광고주를 선택하는 것으로서, 상기 랭크 리스트 상에서 상기 복수의 잠재적 광고주들의 상기 잠재적 광고주들 각각의 위치는 상기 대응하는 잠재적 광고주에 대해 결정된 상기 가중치에 대응하는, 상기 후보 광고주의 선택;

(b) 상기 후보 광고주가 상기 광고 슬롯에 대해 상기 광고주로 선택된다면, 상기 후보 광고주와 연관된 예산이 초과될 것인지 여부 결정; 및

(c) 상기 예산이 초과되지 않을 것이라면 상기 후보 광고주를 상기 광고 슬롯에 대한 상기 광고주로 선택하고, 상기 예산이 초과될 것이라면 상기 복수의 잠재적 광고주들의 상기 랭크 리스트로부터 상기 후보 광고주를 삭제하고 (a) 내지 (c)를 반복하는 것;

에 의해 선택하고,

상기 미디어 플레이어가 상기 미디어 플레이어의 사용자에게 미디어 객체를 렌더링하도록 상기 광고 슬롯에 대해 선택된 상기 광고주에 의해 미리 제공되는 상기 미디어 객체의 복사본을 상기 미디어 플레이어에 전송하고,

식별된 제조자가 상기 미디어 객체의 상기 복사본의 전송에 대해 보상받을 수 있도록 상기 식별된 제조자에 대응하는 상기 복수의 제조자 계정들 중 하나를 업데이트

하도록 적응되는, 입찰-기반 전달을 위한 시스템.

청구항 34

제33항에 있어서,

상기 하나 이상의 메모리 디바이스들은 상기 복수의 미디어 객체들을 제공하는 상기 복수의 잠재적 광고주들 각각에 제각기 대응하는 복수의 광고주 계정을 추가로 저장하고, 상기 미디어 객체 배포 서버는 상기 광고 슬롯에 대해 선택된 상기 광고주에게 상기 미디어 객체의 상기 복사본의 상기 전송에 대해 요금 청구할 수 있도록 상기 광고 슬롯에 대해 선택된 상기 광고주의 광고주 계정을 업데이트하도록 추가적으로 적응되는, 입찰-기반 전달을 위한 시스템.

청구항 35

제33항에 있어서,

상기 미디어 객체 배포 서버는 상기 복수의 미디어 객체들을 제공하는 상기 복수의 잠재적 광고주들에 의해 조작된 복수의 입찰 단말기들로부터 광고 슬롯들에 대한 입찰들을 수신하도록 추가적으로 적응되고, 상기 랭크 리

스트는 상기 수신된 입찰들에 기초하여 부분적으로 생성되는, 입찰-기반 전달을 위한 시스템.

청구항 36

제35항에 있어서,

상기 광고 슬롯들은 적어도 부분적으로 미디어 플레이어 속성들에 기초하는, 입찰-기반 전달을 위한 시스템.

청구항 37

제35항에 있어서,

상기 광고 슬롯들은 적어도 부분적으로 소비자 속성들에 기초하는, 입찰-기반 전달을 위한 시스템.

청구항 38

제35항에 있어서,

상기 광고 슬롯들은 적어도 부분적으로 콘텍스트 속성들에 기초하는, 입찰-기반 전달을 위한 시스템.

명세서

기술분야

[0001] 본 출원은 2005년 8월 12일에 출원된 미국 가출원 일련번호 60/707,728호를 기초로 한 우선권 주장 출원이며, 기초가 된 상기 출원은 여기에 참조로 포함되어 있다.

[0002] 본 발명은 개략적으로 인터넷 광고에 관한 것이고, 더욱 상세하게는, 입찰 기반한 인터넷-접속된 미디어 플레이어 상에서의 광고 프로모션들의 제공에 관한 것이다.

배경기술

[0003] 인터넷이 점차 소비자들에게 오락과 정보의 원천이 되어감에 따라, 이에 대응하여 인터넷이 광고 용도로도 더욱 중요해지고 있다. 이미, 인터넷 광고에 매해 수조원이 소요되고 있고, 인터넷 광고가 신문, 텔레비전, 및 라디오와 같은 전통적인 채널들을 이용하는 광고와 비교하여 극적으로 증가할 것으로 예상된다.

[0004] 증가 추세에 더 많은 이용자 외에도, 인터넷은 광고 채널로서 괄목할 성장을 이끄는 특별한 속성이 있다. 예를 들어, 광고주들은 그들의 광고비에 대한 책임을 좋아하고, 인터넷은 논란의 여지가 있지만 전통적인 광고 채널들보다 더 우수한 광고 성공의 양적 측정을 용이하게 한다. 광고주의 웹사이트에 연결된 (인터넷 광고에 포함된) 하이퍼링크를 소비자가 클릭하고 구매할 때, 판매를 촉진한다는 점에서 이 하이퍼링크의 성공은 쉽게 측정된다. 대조적으로, 전통적인 채널들을 이용하는 광고의 결과들은 쉽게 결정되지 않으며, 소비자 조사와 같은 신뢰하기 어려운 기술들에 의존할 필요가 있고 또는 광고 전후에 판매 활동 정도를 측정할 필요가 있다.

[0005] 꽤 유명해진 인터넷 광고의 일 형태가 배너 광고들 및 팝업 광고들을 포함한다. 이들 광고들은 홍보되고 있는 제품들에 어떤 방식으로 일반적으로 연관된 웹 페이지들 상에 나타나기 때문에, 그것들은 논란의 여지가 있지만 어느 정도의 타겟 마케팅을 제공한다. 그러나, 배너 광고들은 읽는 이들에게 쉽게 무시당하고, 팝업 광고들은 팝업 차단기가 일반화될 정도로 주의를 산만하게 여기는 것으로 여겨지고 있다.

[0006] 재정적으로 특히 성공하였던 인터넷 광고의 다른 형태가 검색 엔진 광고이다. Yahoo!® 및 Google™에 의해 인터넷 상에서 가용하게 된 것과 같은 검색 엔진들은 검색 엔진 사용자에게 의해 검색 질의 내에서 지정되는 것들에 부합하는 키워드들과 연관된 또는 이들에 의해 식별되는 월드 와이드 웹(WWW) 상의 문서들 또는 웹페이지들을 검색한다. 다음, 전형적으로, 검색 결과들은 식별된 문서들 또는 웹페이지들에 연결된 하이퍼링크들을 포함하는 리스트의 형태로 사용자에게 제공된다.

[0007] 사용자가 특정 제품 또는 특정 유형의 제품에 대한 정보를 검색하기 위하여 검색 엔진을 이용하는 경우, 소비자들은 추가의 정보에 대한 검색 결과 리스트 내에서 그들의 순위(즉, 리스트의 위로부터 아래로)에 따라 하이퍼링크들을 클릭하는 경향이 있기 때문에, 그들의 웹페이지들을 검색 결과 리스트의 위쪽에서 식별되도록 또는 적어도 위쪽 근처에서 식별되도록 하는 것이 이러한 제품들의 제공업자에 유리할 것이다. 배너 또는 팝업 광고들

에 관한 검색 엔진 광고의 주목할만한 한 장점은 이 경우의 소비자가 실제로 제공업자의 제품들에 대한 정보를 찾고 있고, 따라서 검색 엔진 광고를 논란의 여지가 있지만 배너 또는 팝업 광고보다 더욱 효과적인(즉, 더욱 잘 겨냥된) 것으로 만든다는 것이다.

[0008] 검색 엔진들을 이용하여 광고업을 수행하는 방법으로서, 캘리포니아의 Pasadena에 위치한 GoTo.com에 양도되었고, 발명의 명칭이 "System and Method for Influencing a Position on a Search Result List Generated by a Computer Network Engine" 인 미국 특허 제6,269,361호에 설명된 바와 같이, 입찰 시스템이 검색 결과 리스트 내에서 제품 제공업자의 위치에 영향을 주기 위하여 실시될 수 있다. 이와 같은 입찰 시스템에서, 가장 높은 입찰자들이 특허 대우를 받아 그들의 웹 페이지들에 대한 하이퍼링크들이 검색 결과 리스트 내에서 더 높은 위치에 랭크된다. 물론, 검색 엔진 사용자의 기대들과 요구들을 만족시키기 위해, 수수료를 지불하지 않는(non-paying) 하이퍼링크들도 리스트 되긴 하지만 더 아래 위치한다.

[0009] 캘리포니아의 Hollywood에 위치한 Gemstar Development Corporation에 양도되었고, 발명의 명칭이 "Systems and Methods for Displaying and Recording Control Interface with Television Programs, Video, Advertising Information and Program Scheduling Information," 인 미국 특허 제6,756,997호는 텔레비전 화면에 표시될 수 있고 특별 구성된 리모트 컨트롤러를 사용하여 조작 가능한 전자 프로그램 가이드(Electronic Programming Guide; EPG)를 설명하고 있다.

[0010] EPG의 주된 기능이 텔레비전 프로그램 스케줄링을 표시하는 것이지만, 그것은 장래-계획된 텔레비전 프로그램들을 광고하고 텍스트나 비디오 클립들을 통해 추가 정보를 제공할 수 있는 애드 윈도우 디스플레이들(Ad Window displays) 또는 가상 채널 애드 슬롯들(Virtual Channel Ad Slots)을 시청자가 선택할 수 있는 기회를 제공하기도 한다. 시청자가 가상 채널 애드 슬롯들 또는 애드 윈도우를 하이라이트 할 때, EPG는 시청자를 예컨대 인터넷상의 특정 웹 사이트와 같은 정보의 외부 데이터베이스와 연결할 수 있다. 사용자가 가이드의 동일한 페이지/섹션에 들어갈 때마다 상이한 광고가 나타나도록 광고들은 로테이션 될 수 있다. 광고들은 이러한 로테이션에서의 그들의 배치들에 영향을 미치도록 우선순위가 할당되고/할당되거나, 표시되는 가이드의 섹션(예컨대, 영화들, 스포츠들, 어린이 프로그래밍 등)에 따라 또는 시청자 프로파일들에 의해 타겟될 수도 있다.

[0011] 퍼스널 컴퓨터들과 텔레비전 이외에, DVD 플레이어들과 비디오 게임 콘솔들과 같은 디지털 미디어 플레이어들이 인터넷에 연결될 수도 있다. 일반적으로, 이들 디바이스에 전원이 인가됨에 따라, 소비자는 일반적으로 디바이스 제조자의 회사 로고, 공백 화면, 또는 온-스크린 메뉴를 제공받는다. 그것은 다만, 인터넷 광고 비즈니스 방법론과, 미디어 플레이어들에 적합하고 재정상 설명 가능하고/가능하거나 예산 조절 가능한 방식으로 연관 제품들의 타겟 마케팅을 돕는 시스템을 개발하는데 유용할 수 있다. 또한, 이전의 인터넷 광고의 형식과는 달리, 그것은 그러한 미디어 플레이어들의 제조자들에게 그들 제품들을 인터넷 광고 방법론과 시스템을 지원할 수 있게 설정하도록, 적당한 재정상의 인센티브들을 제공하는데 유용할 수도 있다.

발명의 내용

해결하려는 과제

[0012] 따라서, 본 발명의 하나 이상의 양상들의 일 목적은 이들 디바이스들의 사용자들에 대한 타겟 마케팅이 용이하도록 하는 방식으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공하는 비즈니스 방법론 및 시스템이다.

[0013] 본 발명의 하나 이상의 양상들의 또 다른 목적은 재정적으로 계산 가능한 방법으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공하는 비즈니스 방법론 및 시스템이다.

[0014] 본 발명의 하나 이상의 양상들의 또 다른 목적은 예산 제어 가능한 방식으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공하는 비즈니스 방법론 및 시스템이다.

[0015] 본 발명의 하나 이상의 양상들의 또 다른 목적은 미디어 플레이어들의 제조자들에게 이러한 방법 및 시스템을 지원하도록 그들의 제품들을 구성하도록 합리적인 재정상 인센티브들을 제공하도록 하는 방식으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공하는 비즈니스 방법론 및 시스템이다.

[0016] 본 발명의 하나 이상의 양상들의 또 다른 목적은 이러한 방법론 및 시스템으로 광고 슬롯들에 대한 온라인 입찰을 용이하게 하는 방식으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공하는 비즈니스 방법론 및 시스템이다.

과제의 해결 수단

- [0017] 이들 및 추가적인 목적들은 본 발명의 다양한 양상들에 의해 성취되며, 여기서는 간단히 언급한다. 일 양상은 미디어 플레이어들 상에 미디어 프로모션들을 광고하기 위한 방법으로, 미디어 플레이어의 제조자의 식별을 나타내는 정보를 수신하는 단계; 미디어 플레이어에 미디어 프로모션을 전송하는 단계; 및 제조자가 미디어 프로모션의 전송에 대해 보상받을 수 있도록 제조자와 연관된 계정(account)을 업데이트하는 단계를 포함한다.
- [0018] 미디어 객체 배포 서버의 일 양상은 미디어 플레이어의 제조자의 식별을 나타내는 정보를 수신하고; 미디어 플레이어로 미디어 프로모션을 전송하며; 제조자가 미디어 프로모션의 전송에 대해 보상받을 수 있도록 제조자와 연관된 계정을 업데이트 하도록 구성된 컴퓨터를 포함한다.
- [0019] 미디어 플레이어들 상에서 미디어 프로모션들을 광고하기 위한 방법의 또 다른 양상은 미디어 프로모션 요청에 적용 가능한 애드 슬롯을 결정하는 단계; 및 복수의 후보 미디어 프로모션들의 스폰서들의 적용 가능한 예산들에 의해 적어도 부분적으로 기초하여, 복수의 후보 미디어 프로모션들 중에서 미디어 프로모션 요청에 응답하여 제공될 미디어 프로모션을 결정하는 단계를 포함한다.
- [0020] 미디어 플레이어들 상에서 미디어 프로모션들을 광고하기 위한 방법의 또 다른 양상은 미디어 프로모션 요청에 적용 가능한 애드 슬롯을 결정하고; 복수의 후보 미디어 프로모션들의 스폰서들의 적용 가능한 예산들에 의해 적어도 부분적으로 기초하여, 복수의 후보 미디어 프로모션들 중에서 미디어 프로모션 요청에 응답하여 제공될 미디어 프로모션을 결정하도록 구성된 컴퓨터를 포함하는 미디어 객체 배포 서버.
- [0021] 미디어 플레이어들 상에서 미디어 프로모션들을 광고하기 위한 방법의 또 다른 양상은 활성화 이벤트에 따라 미디어 플레이어를 미디어 객체 배포 서버에 연결하고, 미디어 플레이어의 제조자를 나타내는 정보를 미디어 객체 배포 서버로 제공하며, 미디어 플레이어의 사용자에게 디스플레이하기 위해 미디어 프로모션을 미디어 객체 배포 서버로부터 수신하도록 하는 프로그램 코드를 미디어 플레이어 상에 설치하는 단계를 포함한다.
- [0022] 또 다른 양상은 프로세서 및 메모리를 포함하는 미디어 플레이어이며, 여기서 메모리는 활성화 이벤트에 따라 미디어 플레이어가 미디어 객체 배포 서버와 연결하고, 미디어 플레이어의 제조자를 나타내는 정보를 미디어 객체 배포 서버에 제공하며, 미디어 플레이어의 사용자에게 디스플레이하기 위해 미디어 프로모션을 미디어 객체 배포 서버로부터 수신하도록 하는 프로그램 코드를 포함한다.
- [0023] 또 다른 양상은 미디어 플레이어들에 광고 프로모션들의 입찰-기반 전달을 위한 시스템이며, 이 시스템은 미디어 플레이어들의 제조자들에 각각 대응하여 복수의 제조자 계정들을 저장하고 대응하는 광고주들에 의해 각각 제공되는 복수의 미디어 객체들을 저장하는 하나 이상의 메모리 디바이스들; 및 미디어 플레이어의 제조자의 식별을 나타내는 정보를 수신하고, 미디어 플레이어로 복수의 미디어 객체들 중 하나를 전송하며, 식별된 제조자에 대응하여 복수의 제조자 계정들 중 하나를 업데이트하여 식별된 제조자가 미디어 객체의 전송에 대해 보상받을 수 있도록 구성되는 미디어 객체 배포 서버를 포함한다.
- [0024] 본 발명의 다양한 양상들의 추가적인 양상들, 특징들 및 장점들은 후술하는 바람직한 실시예들의 설명으로부터 명백해질 것이며, 이 설명은 수반되는 도면들과 함께 이루어져야 한다.

발명의 효과

- [0025] 디바이스들의 사용자들에 대한 타겟 마케팅이 용이하도록 하는 방식으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공한다.
- [0026] 재정적으로 계산 가능한 방법으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공한다.
- [0027] 예산 제어 가능한 방식으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공한다.
- [0028] 미디어 플레이어들의 제조자들에게 이러한 방법 및 시스템을 지원하도록 그들의 제품들을 구성하도록 합리적인 재정상 인센티브들을 제공하도록 하는 방식으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공한다.
- [0029] 광고 슬롯들에 대한 온라인 입찰을 용이하게 하는 방식으로 미디어 플레이어들 상에 인터넷 광고를 제공한다.

도면의 간단한 설명

- [0030] 도 1은 본 발명의 양상들을 이용하여, 인터넷-연결된 미디어 플레이어들 상에서의 입찰-기반한 미디어 프로모션들의 제공을 위한 시스템의 블록도.
- 도 2는 본 발명의 양상들을 이용하여, 광고주들이 광고 슬롯들에 대해 입찰하는 온라인 입찰 방법의 흐름도.

도 3은 본 발명의 양상들을 이용하여, 인터넷-연결된 미디어 플레이어에 미디어 객체를 제공하기 위한 방법의 흐름도.

도 4는 본 발명의 양상들을 이용하여, 인터넷-연결된 미디어 플레이어에 제공될 미디어 객체를 식별하기 위한 정렬 방법의 흐름도.

도 5는 본 발명의 양상들을 이용하여, 인터넷-연결된 미디어 플레이어에 제공될 미디어 객체를 식별하기 위한 가중치가 부여된 선택 방법의 흐름도.

도 6은 본 발명의 양상들을 이용하여, 관측(promotional) 미디어 객체들을 제공하기 위해 미디어 플레이어를 미디어 객체 서버와 상호작용하도록 설정하기 위한 메모리 저장된 어드레스의 흐름도.

도 7은 본 발명의 양상들을 이용하여, 관측 미디어 객체를 수신하기 위해 미디어 플레이어로 수행되는 메모리 저장된 어드레스 방법의 흐름도.

도 8은 본 발명의 양상들을 이용하여, 관측 미디어 객체들을 제공하기 위해 미디어 플레이어를 미디어 객체 서버와 상호작용하도록 설정하기 위한 프로그램 내장된 어드레스 방법의 흐름도.

도 9는 본 발명의 양상들을 이용하여, 관측 미디어 객체를 수신하기 위해 미디어 플레이어에 의해 수행되는 프로그램 내장된 어드레스 방법의 흐름도.

도 10은 본 발명의 양상들을 이용하여, 도 1의 시스템에서 광고주들의 입찰 단말기에 표시된 광고주 요약 보고.

도 11은 본 발명의 양상들을 이용하여, 도 1의 시스템에서 미디어 플레이어에 표시된 다운로드 가능한 미디어 프로모션들의 메뉴.

발명을 실시하기 위한 구체적인 내용

[0031]

도 1은 인터넷-연결된 미디어 플레이어들 상에 예컨대, 영화 예고편들과 게임 시사회들과 같이 미디어 프로모션들의 입찰-기반한 전달을 위한 시스템의 블록도를 나타낸다. 본 시스템에서, 미디어영화 스튜디오들, 게임 퍼블리셔들, 및 다른 이해관계자들 또는 광고주들은 소비자들에게 예컨대, 디지털 미디어 플레이어들(120-1 ~ 120-N)과 같은 미디어 플레이어들이 스타트업(또는 다른 활성화 이벤트)함에 따라 미디어 프로모션들을 미디어 객체들의 형태로 제공하기 위한 권리에 대해, 예컨대, 입찰 단말기들(110-1 ~ 110-K)과 같은 셀프-서비스 콘솔들로 경매들에 입찰한다. 참가한 미디어 플레이어들의 제조자들은 디바이스들의 스타트업(또는 다른 활성화 이벤트)에 따라, 광고주들이 애드 슬롯들에 대해 입찰하는 것에 기초하여 하나 이상의 미리 정해진 방식에 따라, 광고주들의 관측 미디어 객체들을 미디어 객체 배포 서버(101)로부터 자동으로 복원(retrieve)할 수 있도록 그들의 제품들을 만들거나 다른 방법으로 구성하고, 그들의 사용자들이 그것들을 볼 수 있도록 미디어 플레이어들에 연관된 디스플레이들에 미디어 객체들을 표현한다.

[0032]

바람직하게는, 관측 미디어 객체의 복원은 참가한 미디어 플레이어가 포인트-투-포인트 데이터그램 네트워크를 통해 미디어 객체 배포 서버(101)로부터 인터넷상으로 미디어 객체를 요청하고, 미디어 객체 배포 서버(101)가 포인트-투-포인트 데이터그램 네트워크를 통해 인터넷상으로 요청하는 미디어 플레이어로 미디어 객체를 되돌려주도록 한다. 대안적으로, 방송 네트워크(예컨대, 케이블 또는 위성 접시)가 인터넷을 대신하여 통신 매체로 사용될 수 있으며, 여기서, 미디어 객체 배포 서버(101)의 URL(또는 웹 어드레스) 대신, 참가한 미디어 플레이어가 스타트업(또는 다른 활성화 이벤트)에 따라 전용 방송 채널로 자동으로 전환한다. 이러한 대안적인 구성을 수용하기 위해, 여기서는 인터넷-연결된 미디어 플레이어들에 관한 모든 참조들은 그러한 방송-네트워크-연결된 미디어 플레이어들을 포함하고 또한 그에 적용되는 것으로 이해된다.

[0033]

여기서는 미디어 객체들의 전송을 설명하지만, 전송된 아이템들이 사용자의 상호작용 없이 미디어 플레이어 상에서 재생되는 경우 이들을 "고정(static)"으로 표현하고, 하이퍼링크 가능한 문서들이 대신 또는 함께 전송될 수 있는 것으로 이해될 것이며, 사용자가 또 다른 하이퍼링크된 미디어 객체를 복원하기 위해 미디어 플레이어와 연관된 컨트롤 또는 미디어 플레이어 상의 지정 키를 누를 수 있는 경우를 "양방향(interactive)"이라 표현한다.

[0034]

애드 슬롯들에 대한 입찰은 임의의 경화로(hard currency)로, 적절하게 노출당 단가(cost-per-impression) 또는 상호작용당 단가(cost-per-impression) 또는 양자에 의해 결정될 수 있다. 여기서 사용되는 "애드 슬롯"의 의미는 이하의 예로서 이해될 것이다.

- [0035] 모든 프로모션 표시 기회들의 집단(population)은 이하의 디멘전들의 임의의 조합에 따라 유한한 세그먼트들(이하, "에드 슬롯들"이라 함)로 선택적으로 나뉠 수 있다.
- [0036]
 - 미디어 플레이어 속성들(예컨대, 유형, 제조, 모델, 특성들, 연결 속도, 재생가능한 포맷들, 풀 스크린 대 PIP(picture-in-picture) 표시)
- [0037]
 - 소비자 속성들(예컨대, 지리, 행동, 및 인구 통계)
- [0038]
 - 콘텍스트 속성들(예컨대, 하루 중 시간, 주 중 날짜)
- [0039] 각각의 최종 에드 슬롯은 장래의 광고주들에 의해 분리하여 입찰 된다. 예를 들어, 집단이 각각 2 레벨을 갖는 3개의 속성들에 따라 분할되면, 시스템은 $2 \times 2 \times 2 = 8$ 동시 입찰 경매들을 운영할 것이다.
- [0040] 미디어 객체들의 페치 및 표현(rendering)은 아래와 같은 임의의 "활성화 이벤트"에 의해 트리거 될 수 있다.
- [0041]
 - 미디어 플레이어의 시동 또는 파워다운
- [0042]
 - 미디어 플레이어에 미디어 삽입
- [0043]
 - 미디어 플레이어의 무활동 또는 유휴
- [0044]
 - 예정된 백그라운드 동작(예컨대, 펌웨어 업데이트)
- [0045]
 - 지정된 사용자 동작(예컨대, 리모트 컨트롤 키누름)
- [0046]
 - 미디어 객체에 대한 차근차근한 사용자 요청(예컨대, 소매 영화 DVD, 소매 음악 CD, 소매 비디오 게임 타이틀, 극장 영화 배급, 라이브 음악 콘서트와 같이 예정된 장래의 배급들의 온-스크린 메뉴를 통해)
- [0047] 바람직하게는, 미디어 플레이어들은 인터넷-연결된, 내장된 디스플레이 또는 비디오 출력 연결을 포함하는 전용 소비자 전자 디바이스들이다. 미디어 플레이어들의 이러한 종류는 일반적으로 예컨대, 인터넷-연결된 광학 미디어 플레이어들(예컨대, DVD, HD-DVD, Blu-Ray), 비디오 게임 콘솔들(예컨대, 닌텐도 64, Xbox, 플레이스테이션), 휴대용 미디어 플레이어들(예컨대, 애플 iPod, Archos 오디오/비디오 주크박스), 퍼스널 디지털 기기(예컨대, Palm V, Handspring Visor), 모바일/무선 통신 디바이스들(예컨대, 노키아 6100, 모토로라 Razr), 및 그 밖의 미디어 재생 하드웨어를 포함한다.
- [0048] 반면, 프로모션들은 널리 사용 가능하거나 미래의 영화들 또는 게임들을 소개하는 비디오 또는 그래픽 미디어 객체들인 것이 바람직하다. 그러한 프로모션들은 일반적으로 예컨대, 영화 시사회들, 영화 그래픽스/포스터들, 스타 인터뷰들, 단편영화들(shorts) "만들기"(the making of)", 비디오 게임 시사회들, 및 편집 리뷰들을 포함한다.
- [0049] 비즈니스 전망으로부터, 참가한 미디어 플레이어 제조자들 및/또는 그들의 배포자들은 그들의 제품이 미디어 객체 배포 서버(101)로부터 프로모션들을 복원 및 디스플레이하도록 구성한다. 관측 미디어 객체가 미디어 플레이어에 표시될 때마다, 미디어 객체 배포 서버가 통지를 받는다. 이러한 통지는 명시적(예컨대, 전자 메시지가 미디어 플레이어로부터 서버로 전송됨)이거나, 암시적(예컨대, 미디어 플레이어가 미디어 객체를 서버로부터 요청했던 것에서 추론)일 수 있다. 통신은 미디어 객체 배포 서버(101)의 URL(또는 숫자 어드레스)을 사용하여 인터넷을 통해 수행되는 것이 바람직하다. 대안적으로, 방송 네트워크를 통한 전용 방송 채널이 사용될 수 있으며, 이 경우 미디어 플레이어들은 인터넷 이외에 방송 네트워크에도 연결되어야 한다.
- [0050] 그들 제품들이 이러한 기능들을 수행하도록 구성된 것에 대한 교환으로, 제조자들 및/또는 배포자들이 프로모션들의 광고주들로부터 받은 수익들의 할당 몫 또는 그 밖의 협상액을 받게 될 것이다. 미디어 플레이어 제조자들에 지불될 금액과 미디어 프로모션들에 대해 광고주들이 지불할 금액에 대한 요금부와 기록들은 요금부와 데이터베이스(104)에 저장된다.
- [0051] 본 발명의 입찰 관리 시스템은 미디어 객체 배포 서버(101), 현재의 입찰 정보의 데이터베이스(102), 참가한 미디어 플레이어들에게 프로모션들로 제공될 미디어 객체들(103)의 라이브러리, 및 이하 도 2 내지 11을 참조하여 설명한 방법을 수행하는 것들을 포함하는 많은 어플리케이션 프로그램들을 포함한다.
- [0052] 입찰 관리 시스템의 조작자는 참가한 미디어 플레이어 제조자들 및/또는 배포자들을 허가하고 증명하며, 장래의

광고주들로부터 입찰들을 요청 및 진행하는 입찰 관리 시스템을 관리하고, 광고주들로부터 광고료들을 모아서 미디어 플레이 제조자들 및/또는 배포자들에게 약속된 수익금의 몫(또는 다른 보상)을 분배한다.

[0053] 도 2는 예컨대, 입찰 단말기들(110-1 ~ 110-K)을 사용하여 애드 슬롯들의 장래의 광고주들(이하 "고객들"로도 불림)로부터 수신된 입찰들을 처리하기 위한 미디어 객체 배포 서버(101)에 의해 수행되는 방법의 흐름도를 나타낸다. 입찰 가능한 애드 슬롯들은 입찰 단말기들(110-1 ~ 110-K)에 표시되며, 고객들에 의해 입찰 된다. 입찰은 일반적으로 각 쇠(impression)(즉, 미디어 플레이어 디스플레이 상에 광고주들의 미디어 객체의 표시로서, 사용자 상호작용에 의해 시작되는 것과 활성화 이벤트로 자동으로 표시되는 것을 포함함)에 대한 입찰 가격의 형태로 이루어지거나, 각 상호작용(즉, 사용자에게 의해 미디어 플레이어 디스플레이 상에 광고주들의 미디어 객체를 보도록 요청함)에 대한 가격의 형태로 이루어진다. 입찰 기간은 다음주 또는 다음달 동안이 될 수 있다. 또한, 그것은 하루와 같은 단기간, 또는 매년 또는 심지어 계속(사전-확정된 예산이 없어질 때까지)과 같은 장기간이 될 수도 있다.

[0054] 입찰 단말기로부터 입찰들을 받기 전에, 단말기의 사용자는 미디어 객체 배포 서버(101)에 등록해야 한다. 일반적으로, 이것은 사용자가 광고 목적의 광고주 계정을 설정하고, 시스템(100)을 사용하여 판촉할 모든 미디어 객체들의 복사본들을 제공할 것을 요구한다. 새로운 미디어 객체들의 추가 및 예전 미디어 객체들의 삭제는 종래의 편집 계정 기능을 사용하여 사용자에게 의해 언제든지 수행될 수 있다.

[0055] 201에서, 모든 입찰 고객들로부터 그들의 입찰 단말기들을 통해 애드 슬롯들에 대한 입찰들이 수신된다. 가격 입찰들 이외에, 전술한 바와 같이 추가적 입찰 정보가 예산(즉, 입찰 기간 동안 대안적으로는, 입찰 기간 동안의 서브-기간들 동안 소비될 최대 액수)을 포함하여 이때 제공된다. 202에서, 입찰들과 추가 입찰 정보가 현재의 입찰들 데이터베이스(102)에 저장된다.

[0056] 203에서, 최대 입찰 가격의 입찰을 우선하여 또는 리스트 맨 위에 오도록 이들 슬롯들에 대한 장래의 광고주들 입찰을 순서화하여 애드 슬롯들 각각에 대해 랭크 리스트를 생성한다. 결과들은 비밀(즉, 입찰자들에게 공개하지 않음)로 하거나 입찰자들 각각이 이용 가능하게 할 수 있다. 입찰은 단일 입찰(기간당 단일 라운드 입찰)에 만 중단될 수 있거나, 입찰이 애드 슬롯에 대한 최고 입찰이 불변으로 남거나 애드 슬롯에 대한 모든 입찰들이 불변으로 남을 때까지 201~203을 순환함으로써, 경매-유사 방식으로 계속될 수 있다. 경매 접근에서, 경매는 결과가 해당 기간에 고정으로 남도록 각 기간에 이루어질 수 있으며, 또는 결과가 계속하여 변하거나 다이내믹할 수 있도록 한정되지 않은 기간 동안 계속될 수 있다.

[0057] 204에서, 광고 빈도수를 나타내는 가중치들을 랭크 리스트들에 랭크된 각 입찰자들에 대해 선택적으로 생성할 수 있다. 가중치들은 고가의 입찰자들이 그들의 미디어 객체들을 더 빈번하게 전송(즉, 판촉)하도록 입찰 가격을 간단히 고려한 규칙 또는 알고리즘으로 판단될 수 있거나, 또는 장래의 광고주의 예산, 광고주가 가진 과거 또는 현재의 비즈니스 레벨들 및/또는 그 밖의 요소들을 또한 고려하는 좀더 세밀한 방식으로 판단될 수 있다.

[0058] 도 3은 미디어 객체들을 미디어 플레이어들로 전송하기 위해, 예컨대 미디어 객체 배포 서버(101)에 의해 수행되는 방법의 흐름도를 나타낸다. 301에서, 미디어 플레이어로부터 접속 요청이 수신된다. 전술한 바와 같이, 인터넷 기반 시스템에서는 접속 요청이 인터넷을 통해 미디어 객체 배포 서버(101)의 URL로 들어오고, 방송 기반 시스템에서는 접속하는 미디어 플레이어가 미디어 객체 배포 서버(101)로부터 미디어 객체를 수신하기 위한 전용 방송 채널을 선택한다.

[0059] 302에서, 적용 가능한 미디어 플레이어 디바이스 유형, 제조사 식별, 및 소비자 및 컨텍스트 속성들은, 미디어 플레이어에 대해 적용 가능한 애드 슬롯이 결정될 수 있도록 결정된다. 속성 정보의 일부는 예컨대 디바이스 속성들 및 미디어 플레이어에 설치시에 저장된 소비자 속성들과 같이 미디어 플레이어에 의해 직접 제공된다. 그 밖의 이러한 정보는 예컨대, 그의 대략의 지리적 위치와 같이, 미디어 플레이어의 IP 어드레스로부터 추론될 수 있다. 컨텍스트 속성들은 일반적으로 예컨대 접속 날짜 또는 시간과 같이 독립적으로 결정될 수 있다.

[0060] 303에서, 전송될 미디어 객체를 식별한다. 이를 위해, 전송될 미디어 객체의 광고주들을 우선 식별하는데 도 2의 203에서 생성된 랭크 리스트가 사용된다. 이를 위한 하나의 방법은 랭크 리스트만을 사용하는 도 4를 참조하여 설명된다. 이를 위한 또 다른 방법은 도 2의 204에서 생성된 가중치들을 추가적으로 사용하는 도 5를 참조하여 설명된다. 304에서, 식별된 미디어 객체의 복사본이 미디어 객체로 전송되고, 전송된 미디어 객체의 광고주가 적절히 부담하고 미디어 객체가 전송된 미디어 플레이어의 제조자가 적절히 신용되도록 회계(accounting) 기록들이 업데이트된다.

[0061] 도 4는 도 3의 303을 수행하기 위해, 예컨대 미디어 객체 배포 서버(101)에 의해 수행되는 바람직한 방법의 흐름도를 나타낸다.

름도를 나타낸다. 401에서, 결정은 수신된 정보 또는 도 3의 302에서 결정된 그 밖의 것들을 사용하여, 어느 애드 슬롯들이 적용되는가에 대해 이루어진다. 402에서, 적용 가능한 애드 슬롯에 대한 랭크 리스트가 위치되고, 403에서, 리스트 상의 최고 랭크 입찰자가 스폰서(SPONSOR)로 처음에 설정된다.

[0062] 404에서, 스폰서가 그의 정해진 예산을 초과했는지 여부를 결정한다. 진술한 바와 같이, 예산은 계정 설정 또는 계정 편집으로 고객에 의해 마련된다. 스폰서의 예산이 초과하였는지 여부를 결정하기 위해, 고객 회계 파일에서 애드 슬롯에 대해 스폰서에 의해 미리 이루어진 지출들을 추적한다. 스폰서가 그의 예산을 초과했는지의 결정은 이때 애드 슬롯에 대한 고객 회계 파일에서의 그의 잔액을 스폰서의 예산과 비교함으로써 간단히 이루어질 수 있다.

[0063] 만약 404에서의 결정이 예(Yes)이면, 이때 405에서 스폰서는 랭크 리스트에서 삭제되고, 방법은 403으로 되돌아가며 수정된 랭크 리스트에 남아있는 최고 랭크 입찰자가 이제 스폰서로 정해진다. 이후 방법은 404로 가서 이 스폰서가 그의 예산을 초과하는지를 결정하고, 계속하여 스폰서가 그의 예산을 초과하지 않았음을 확인할 때까지 403~405를 순환하게 된다.

[0064] 404에서 아니오(No)로 결정되면, 이때는 미디어 객체의 복사본을 연결하는 미디어 플레이어로 전송하고, 적절한 회계 기록들이 도 3의 304를 참조하여 설명한 바와 같이 업데이트 된다.

[0065] 도 5는 도 3의 303을 수행하기 위해, 예컨대 미디어 객체 배포 서버(101)에 의해 수행되는 대안적인 방법의 흐름도를 나타낸다. 본 방법에서, 501~502 및 504~505는 도 4의 401~402 및 404~405를 참조하여 설명한 것과 동일한 기능을 가지므로, 이에 관한 설명은 생략하기로 한다.

[0066] 503에서, 도 2의 204에서 생성된 가중치들로부터 결정된 확률들을 사용하여 랭크 리스트 상에 식별되는 랭크된 입찰자들로부터 후보 스폰서의 임의의 선출이 수행된다. 예를 들어, 랭크 리스트에서 각 랭크된 입찰자에 대한 확률들이 결정될 수 있고, 예를 들어, 랭크 리스트에 랭크된 모든 입찰자들에 대해 가중치들을 우선 합산하고 각 입찰자의 가중치를 합산한 값으로 나눔으로써 결정할 수 있다.

[0067] 도 6은 동작의 인터넷-연결 모드에 대한 현재의 시스템과 양립 가능하도록 미디어 플레이어의 배포자 또는 제조자에 의해 수행되는 방법의 흐름도를 예시로서 나타낸다. 601에서, 제조자 또는 배포자의 식별 코드와 미디어 객체 배포 센터(101)에 대한 URL(또는 웹 어드레스)를 미디어 플레이어 내의 비휘발성 메모리(대안적으로, 회로의 하드웨어)에 저장하고, 602에서 프로그램 코드가 미디어 플레이어의 스타트업, 미디어 플레이어의 재부팅, 또는 미디어 플레이어의 미디어 삽입과 같은 활성화 이벤트에 따라 자동으로 실행하는 미디어 플레이어의 코딩에 삽입된다. 추가적으로, 보증 및 소프트웨어 업데이트 목적으로 제품을 온-라인으로 등록할 때 제공되도록 하는 것과 같이 사용자 정보를 저장하고 이어서 활성화 이벤트에 수반하여 미디어 배포 서버(101)에 연결할 때 그것에 사용자 정보를 제공하도록 프로그램 코드를 구성할 수 있다.

[0068] 도 7은 도 6의 602에서 미디어 플레이어의 코딩에 삽입되는 프로그램 코드에 의해 수행되는 방법의 흐름도를 예시로서 나타낸다. 701에서, 프로그램 코드의 실행은 활성화 이벤트의 검출로부터 시작된다. 702에서, 프로그램 코드는 도 6의 601에서 저장된 비휘발성 메모리(또는 대안적으로 하드웨어 회로)로부터 미디어 객체 배포 서버(101)의 URL(또는 숫자 어드레스)를 읽는다. 703에서, 프로그램 코드는 미디어 플레이어가 인터넷을 통해 URL에 접속하도록 하고, 올바른 미디어 객체가 결정되고 적절한 광고주 및 제조자 회계 기록들이 업데이트 될 수 있도록(미디어 객체 배포 서버(101)에 의해 수행되는 그 동작들과, 도 3의 303~304를 참조하여 설명한 것과 같이) 제조자, 미디어 플레이어 및 고객 정보(미디어 객체 배포 서버(101)에 의해 수신되고, 도 3의 302를 참조하여 설명한 것과 같이)를 전송한다. 704에서, 이러한 접속에 응답하여 프로그램 코드는 미디어 플레이어의 디스플레이 상에 표현되고/표현되거나 참조 될 미디어 객체(들)를 수신하도록 또한 구성된다.

[0069] 여기서 설명의 대부분이 단일의 미디어 객체들이 전송되는 것으로 설명하였지만, 미디어 플레이어가 복수의 미디어 객체들을 동시에(예컨대, 단일의 스크린상에 복수의 프로모션들) 또는 분리하여 폐치되고 요청된 디바이스에 표시될 미디어 객체들을 단지 참조로 폐치 및 렌더링할 수 있다.

[0070] 705에서, 프로그램 코드는 이후 미디어 플레이어가 수신한 미디어 객체(들)를 미디어 플레이어에 연관된 디스플레이 상에 표시하도록 한다. 706에서, 705에서 표시된 미디어 객체가 하이퍼링크된 객체들 또는 문서들의 메뉴인 경우, 프로그램 코드는 미디어 플레이어가 메뉴로부터 사용자에게 의해 요청된 임의의 하이퍼링크된 객체들 또는 문서들을 복원하도록 하고, 미디어 플레이어 상에 복원된 미디어 객체들 또는 문서들이 표시되도록 추가적으로 구성된다.

[0071] 도 8은 시스템(100)과 양립 가능하도록 미디어 플레이어의 제조자 또는 배포자에 의해 수행되는 대안적인 방법

(도 6을 참조하여 설명됨)의 흐름도를 예로서 나타낸다. 801에서, 프로그램 코드는 활성화 이벤트에 자동으로 실행하는 미디어 플레이어의 코딩에 삽입되며, 미디어 객체 배포 센터(101)에 대한 URL(또는 숫자 어드레스)이 프로그램 코드에 삽입된다. 이 경우, URL이 변경되면 프로그램 코드의 재판(revised version)이 미디어 플레이어에 설치되어야 하며, 반면 도 6을 참조하여 설명하는 경우 새로운 URL이 비휘발성 메모리의 지정된 위치에 간단히 저장될 수 있다. 임의의 공동 광고 총금액의 수령인(즉, 제조자 또는 그 배포자)을 식별하는 코드 번호는 URL과 함께 코드에 삽입될 수도 있고, 또는 도 6의 601을 참조하여 설명한 바와 같이 분리하여 메모리에 저장될 수도 있다.

[0072] 도 9는 도 8의 801에서 미디어 플레이어의 코딩에 삽입된 프로그램 코드에 의해 수행되는 방법의 흐름도를 예시로서 나타낸다. 본 방법에서, 901 및 903-906은 일반적으로 도 7의 701 및 703-706을 참조하여 설명한 것과 동일한 방법으로 수행되므로, 이에 관한 설명은 생략하기로 한다.

[0073] 그러나 902에서, 프로그램 코드는 도 7의 702를 참조하여 설명한 바와 같이 미리 지정된 비휘발성 메모리 위치로부터 읽기보다는, 그 자신의 코드로부터 미디어 객체 배포 서버(101)의 URL을 읽는다.

[0074] 도 7 및 9를 참조하여 설명한 방법들은 방송 네트워크 적용에 대해 용이하게 수정된다. 이 경우, 미디어 플레이어의 스타트업, 미디어 플레이어의 부트업, 또는 미디어 플레이어에 미디어 삽입과 같은 활성화 이벤트에 따라 해당 채널로 미디어 플레이어가 자동으로 스위칭할 수 있도록, 지정된 방송 채널 번호가 메모리에 저장되거나 프로그램 코드에 삽입된다. 지정된 채널로 스위칭함으로써, 방송되는 관측 미디어 객체 및/또는 HTML 문서는 해당 채널을 보여주는 모든 미디어 플레이어들에 대해 동일하게 수신될 수 있다. 대안적으로, 기술적으로 가능하고 상업적으로 적합한, 미디어 객체의 식별이 도 4 또는 5를 참조하여 설명한 것처럼 결정된 선택된 미디어 객체가 전송될 수 있다.

[0075] 고객들(즉, 광고주들)에게 피드백을 제공하기 위해, 각 고객은 미디어 객체 배포 서버(101) 또는 미디어 객체 배포 비즈니스에서 사용된 그 밖의 지정된 서버에 로그인할 수 있고, 그를 위해 수행된 관측 활동들의 개별화된 요약 리포트를 수신할 수 있다. 이 경우의 로그인 절차는 종래의 사용자 식별 및 패스워드 처리일 수 있다.

[0076] 도 10은 고객 요약 리포트의 예를 도시한 것이다. 이 경우 로그인한 사용자는 그의 이메일 어드레스인 chris.okumoto@sunproductions.com로 식별된다. 기존의 HELP 및 SIGN OUT 옵션들이 제공된다.

[0077] 3개의 탭달린 페이지들이 리뷰를 위해 사용자에게 선택 가능하다. 제목이 CAMPAIGNS인 맨 위 페이지가 도시된다. 다른 페이지들은 소비, 변환, 인구학, 및 그 밖의 것들을 요약하는 분석 및 데이터를 포함할 수 있는 REPORTS와, 사용자 패스워드, 선호도들 및 그 밖의 것들을 변경하는 것과 같이 계정 속성들을 관리하는데 사용될 수 있는 ACCOUNT 이다.

[0078] CAMPAIGNS 페이지는 고객을 위해 수행되는 관측 활동들의 요약을 제공한다. 예를 들어, 관측되는 미디어(예컨대, 영화들, 음악 앨범들, 비디오 게임들 등)에 대한 제목들이 가장 왼쪽 줄에 표시되어 제공될 수 있다. 세로줄 제목인 EXECUTIONS은 표제의 미디어에 대해 시스템에 의해 배포되는 관측 미디어 객체들을 보여준다. 미디어 "Annie Goes to College"는 두 개의 관측 미디어 객체들을 가짐을 유의해야 한다. 하나의 제목이 "Meet the Roomate" 이고, 다른 하나의 제목이 "Lecture Hall" 이며, 이들 중 어느 하나 또는 양자는 영화 예고편들 또는 포스터들일 수 있다. 언급한 바와 같이, 밑줄 친 EXECUTIONS 는 새로운 campaigns 을 강조한다.

[0079] 세로줄 제목인 BUDGET은 각 관측 미디어 객체들에 대한 예산을 가리킨다. 이 경우, 도 4 및 5에 사용된 랭크 리스트들이 하루 단위로 갱신되어야 하므로, 예산이 하루 단위로 정해짐을 유의해야 한다. 세로줄 제목인 IMPRESSIONS는 그의 campaign의 시작 이후로 시스템에 의해 미디어 플레이어에 보내지고 있는 미디어 객체의 복사본의 횟수를 가리키며, 세로줄 제목인 COMVERSION RATE은 프로모션과 상호작용한 사람의 수를 관측 미디어 객체 또는 HTML 문서를 본 사람의 수로 나눈 수를 의미한다.

[0080] 도 11은 개봉이 예정된 극장 및 소매 DVD 발매에 대한 프로모션들(즉, 유용한 상세 정보)을 보기 위해 사용자가 차근차근 요청할 수 있는 온-스크린 메뉴를 나타낸다. 임의의 메뉴 입력을 선택하면, 미디어 플레이어는 미디어 객체 배포 센터로부터 해당되는 미디어 객체를 요청하며, 이에 따라 디바이스 제조자에게 타겟 온-스크린 프로모션의 디스플레이에 대해 수수료 또는 재정적 보상을 갖게 해준다. 개봉 예정인 소매 비디오 게임 CD/DVD 발매들 또는 예정된 음악 콘서트 및 소매 음악 CD 발매들을 조종하기 위한 것과 같이 다른 메뉴들이 유사하게 생성되고 사용된다.

[0081] 본 발명의 다양한 양상들이 바람직한 실시예로 설명되었지만, 본 발명은 이하의 청구항들의 전체 범위 이내에서

전체로 보호될 자격이 있는 것으로 이해될 것이다.

부호의 설명

[0082]

101 : 미디어 객체 배포 서버

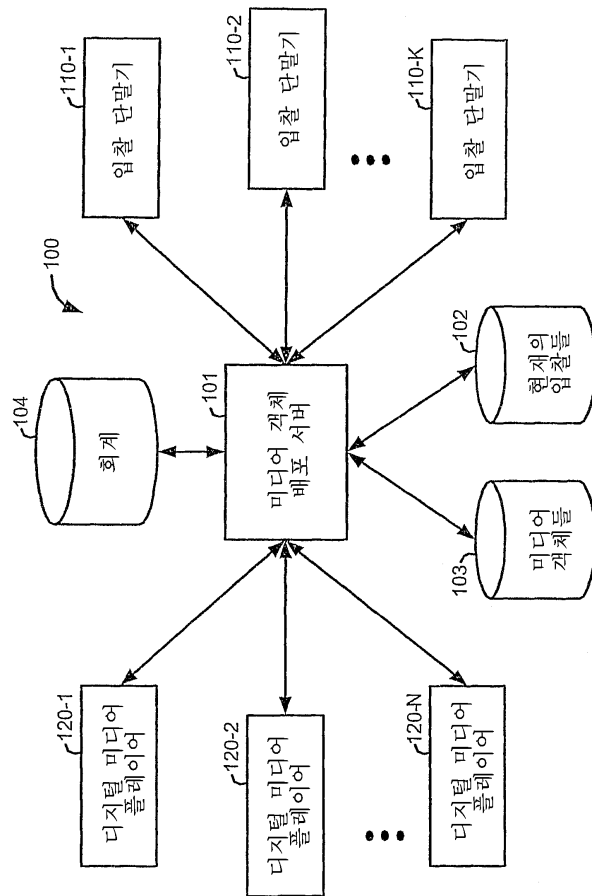
102 : 현재의 입찰들

103 : 미디어 객체들

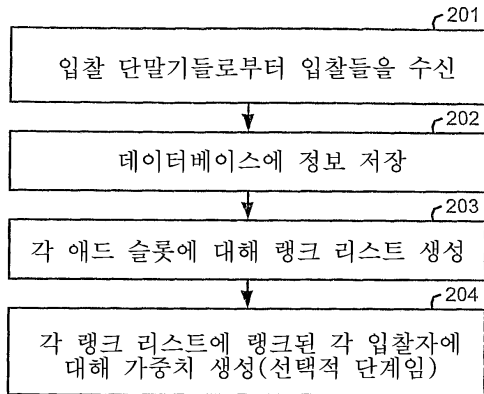
104 : 회계

도면

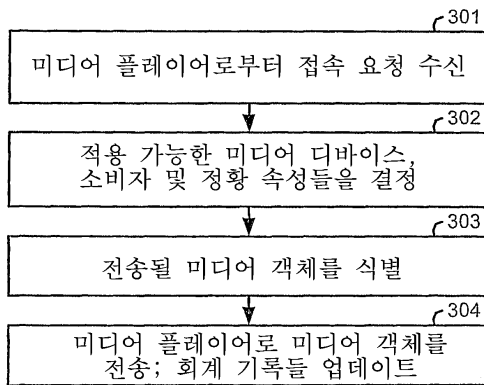
도면1



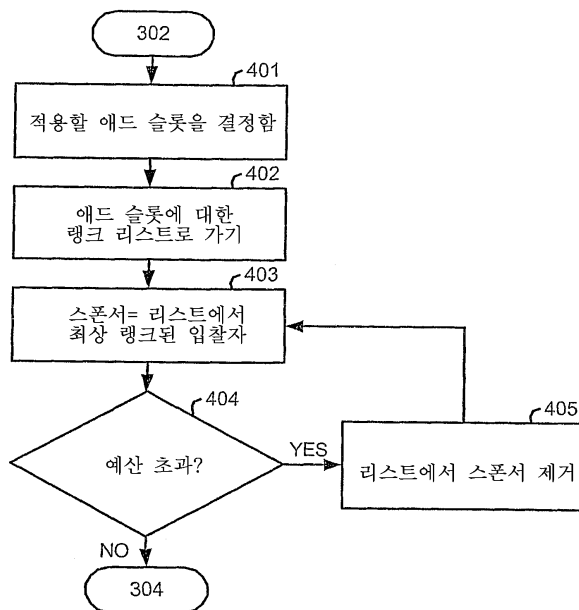
도면2



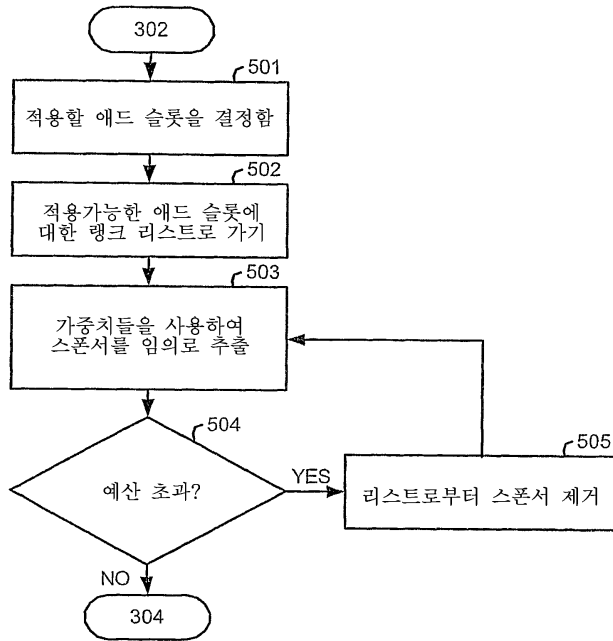
도면3



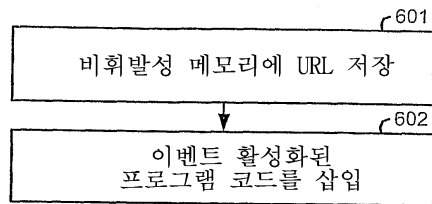
도면4



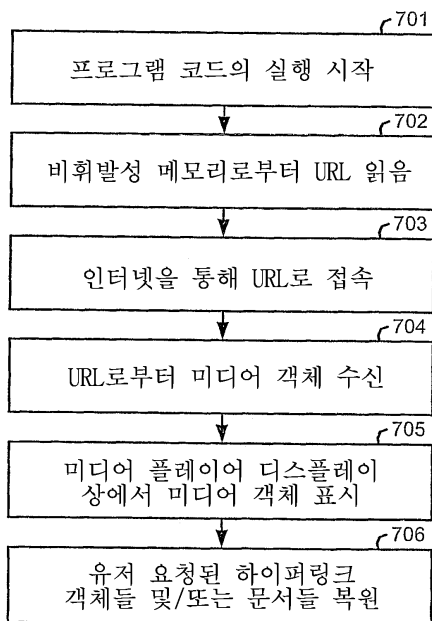
도면5



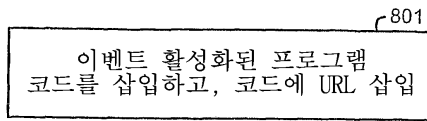
도면6



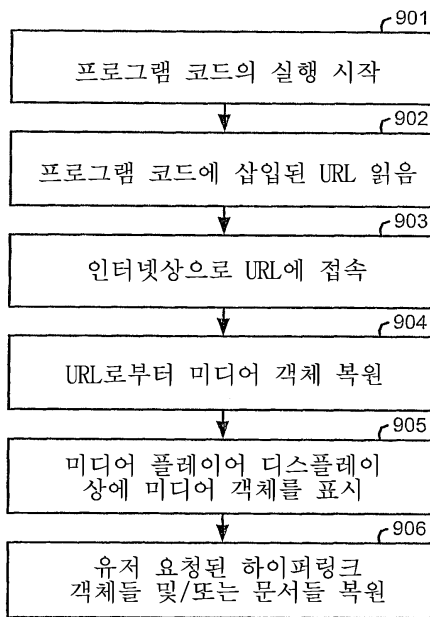
도면7



도면8



도면9



CAMPAIGNS	REPORTS	ACCOUNT	chris.okamoto@sunproductions.com				HELP	SIGN OUT
			EXECUTIONS	BUDGET	IMPRESSIONS	CONVERSION RATE		
Annie Goes to College		<u>Meet the Roommate</u>		\$3000/day	10,432	14%		
		<u>Lecture Hall</u>		\$5000/day	14,321	23%		
The Chronicles of Sarah		<u>Asian</u>		\$2100/day	5400	18%		
Sandra Comes Home		<u>Movie Poster</u>		\$2000/day	4830	12%		
Beyond the Sea		<u>Waves</u>		\$200/day	350	13%		
Last Call for Lawyers DVD		<u>Will & Jada</u>		\$200/day	434	7%		
Andrew's Fantastic Dream DVD		<u>Flying in Clouds</u>		\$200/day	121	34%		
New Campaign								

도면11

Coming Soon			
	DVD	THEATER	
AUGUST	SEPTEMBER	OCTOBER	NOVEMBER
MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC	MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC	MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC	MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC
MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC	MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC	MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC	MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC
MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC		MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC	MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC
MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC		MOVIE NAME AND/OR GRAPHIC	