

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 公表特許公報(A)

(11) 特許出願公表番号

特表2011-515731
(P2011-515731A)

(43) 公表日 平成23年5月19日 (2011.5.19)

(51) Int.Cl.		F I			テーマコード (参考)
G06Q 30/00	(2006.01)	G06F 17/60	3 2 6		5 B 0 8 4
G06F 13/00	(2006.01)	G06F 17/60	3 3 2		
		G06F 13/00	5 4 0 P		

審査請求 未請求 予備審査請求 未請求 (全 26 頁)

(21) 出願番号 特願2010-547655 (P2010-547655)
 (86) (22) 出願日 平成21年1月7日 (2009.1.7)
 (85) 翻訳文提出日 平成22年10月5日 (2010.10.5)
 (86) 国際出願番号 PCT/US2009/030339
 (87) 国際公開番号 W02009/105287
 (87) 国際公開日 平成21年8月27日 (2009.8.27)
 (31) 優先権主張番号 12/033,590
 (32) 優先日 平成20年2月19日 (2008.2.19)
 (33) 優先権主張国 米国 (US)

(71) 出願人 507103802
 グーグル・インコーポレーテッド
 アメリカ合衆国・カリフォルニア・940
 43・マウンテン・ビュー・アンフィシア
 ター・パークウェイ・1600
 (74) 代理人 100108453
 弁理士 村山 靖彦
 (74) 代理人 100064908
 弁理士 志賀 正武
 (74) 代理人 100089037
 弁理士 渡邊 隆
 (74) 代理人 100110364
 弁理士 実広 信哉

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 ハイブリッド広告キャンペーン

(57) 【要約】

キャンペーンに関するキーワードおよび掲載場所の基準が受信される。ウェブ資産、例えばウェブページを指定する広告要求が受信され、ウェブ資産によって満たされるキーワードおよび掲載場所の基準が識別される。識別されたキーワードおよび掲載場所の基準に基づいて、ウェブ資産と共に提示されるべき広告が選択される。

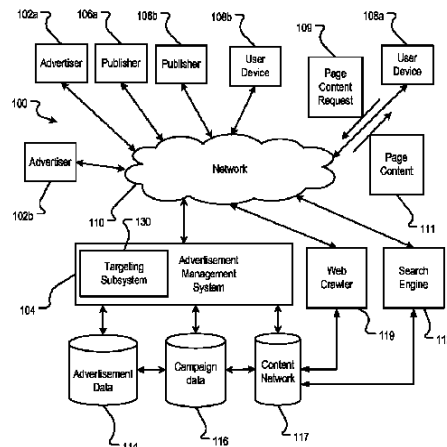


FIG. 1

- 102a, 102b 広告主
- 104 システム管理システム
- 102a, 102b 編集者
- 102a, 102b ユーザーデバイス
- 109 ページコンテンツ要求
- 110 ネットワーク
- 111 ページコンテンツ
- 112 検索エンジン
- 114 広告データ
- 116 キャンペーンデータ
- 117 コンテンツネットワーク
- 119 ウェブクローラー
- 130 ターゲティングサブシステム

【特許請求の範囲】**【請求項 1】**

コンテンツ項目をターゲティングする方法であって、
キャンペーンに関連する掲載場所の基準を受信する段階と、
前記キャンペーンに関連するキーワードを受信する段階と、
コンテンツ項目が提供されるべきウェブ資産を定義する、コンテンツ項目についてのコンテンツ項目要求を受信する段階と、
前記ウェブ資産によって満たされる掲載場所の基準を識別する段階と、
前記ウェブ資産によって満たされるキーワードを識別する段階と、
前記ウェブ資産と共に提供されるべきコンテンツ項目を識別する段階と、
を含み、
前記コンテンツ項目は、前記キャンペーンに関連し、前記ウェブ資産によって満たされる前記キーワードに関連し、前記ウェブ資産によって満たされる掲載場所の基準に関連する方法。

10

【請求項 2】

前記掲載場所の基準を受信する段階はドメインの特徴を受信する段階を含む請求項 1 に記載の方法。

【請求項 3】

前記ドメインの特徴を受信する段階は、ウェブサイトのアドレス、URL、コンテンツの種類、またはウェブサイトのカテゴリのうちの 1 つまたは複数を受信する段階を含む請求項 2 に記載の方法。

20

【請求項 4】

前記掲載場所の基準を受信する段階はウェブページの特徴を受信する段階を含み、前記ウェブ資産はウェブページを含む請求項 1 に記載の方法。

【請求項 5】

前記ウェブページの特徴を受信する段階は、ウェブページのアドレスまたはウェブページのカテゴリのうちの 1 つまたは複数を受信する段階を含む請求項 4 に記載の方法。

【請求項 6】

前記コンテンツ項目は広告である請求項 1 に記載の方法。

【請求項 7】

受信される前記掲載場所の基準および前記キーワードをユーザが選択することを可能にするユーザインターフェースを設ける段階をさらに含む請求項 6 に記載の方法。

30

【請求項 8】

前記ウェブ資産と共に広告が提供されるために広告主が支払う価格を指定する広告のつけ値を受信する段階をさらに含む請求項 6 に記載の方法。

【請求項 9】

前記広告のつけ値を受信する段階は、前記キーワードに関連する任意のウェブ資産と共に提供される広告について一定である広告のつけ値を受信する段階を含む請求項 8 に記載の方法。

【請求項 10】

前記広告のつけ値を受信する段階は、前記掲載場所の基準に従って変化する広告のつけ値を受信する段階を含む請求項 8 に記載の方法。

40

【請求項 11】

コンテンツ項目を発行者にターゲティングするシステムであって、
掲載場所の基準を受信および格納し、キーワードを受信および格納する基準記憶装置を備え、

前記掲載場所の基準およびキーワードは、複数のコンテンツ項目を含むコンテンツキャンペーンに関連付けられ、前記複数のコンテンツ項目のそれぞれが、前記格納された掲載場所の基準のうちの少なくとも 1 つ、および前記格納されたキーワードのうちの 1 つと関連付けられ、

50

前記格納された掲載場所の基準に対してウェブ資産を評価し、前記ウェブ資産によって満たされる前記格納された掲載場所の基準のサブセットを識別する掲載場所識別エンジンと、

前記格納されたキーワードに対して前記ウェブ資産を評価し、前記ウェブ資産によって満たされる前記格納されたキーワードのサブセットを識別するキーワードエンジンと、

前記ウェブ資産によって満たされる前記格納された掲載場所の基準および前記格納されたキーワードの識別されたサブセットに基づいて、前記複数のコンテンツ項目のうちの一つを識別し、前記識別されたコンテンツ項目を前記ウェブ資産と共に提示するために提供するコンテンツ項目識別エンジンと、

を備えるシステム。

10

【請求項 1 2】

前記掲載場所の基準はウェブサイトのカテゴリの基準を含む請求項 1 1 に記載のシステム。

【請求項 1 3】

前記掲載場所の基準はドメインの特徴を含む請求項 1 1 に記載のシステム。

【請求項 1 4】

前記ドメインの特徴は、ウェブサイトのアドレス、URL、コンテンツの種類、またはウェブサイトのカテゴリのうちの一つまたは複数を含む請求項 1 3 に記載のシステム。

【請求項 1 5】

前記掲載場所の基準はウェブページの特徴を含む請求項 1 1 に記載のシステム。

20

【請求項 1 6】

前記ウェブページの特徴は、ウェブページのアドレスまたはウェブページのカテゴリのうちの一つまたは複数を含む請求項 1 5 に記載のシステム。

【請求項 1 7】

前記コンテンツ項目は広告である請求項 1 1 に記載のシステム。

【請求項 1 8】

前記コンテンツ項目識別エンジンは、前記ウェブ資産と共に前記コンテンツ項目が提供されるために広告主が支払う価格を指定する広告のつけ値を受信するように動作可能である請求項 1 7 に記載のシステム。

【請求項 1 9】

30

前記広告のつけ値は前記掲載場所の基準に従って変化する請求項 1 8 に記載のシステム。

【請求項 2 0】

広告をターゲティングする装置であって、

掲載場所の基準およびキーワードを受信する手段と、

広告が提供されるべきウェブ資産によって満たされる掲載場所の基準を識別する手段と

、

前記広告が提供されるべきウェブ資産によって満たされるキーワードを識別する手段と

、

前記ウェブ資産と共に提供されるべきコンテンツ項目を識別する手段と、

40

を備え、

前記コンテンツ項目は、前記キャンペーンに関連し、前記ウェブ資産によって満たされる前記キーワードに関連し、前記ウェブ資産によって満たされる掲載場所の基準に関連する装置。

【請求項 2 1】

ウェブページのためのコンテンツ項目を選択するコンピュータで実行される方法であって、

ターゲットキーワードおよびウェブサイト識別基準を受信する段階と、

ウェブページが前記ターゲットキーワードを満たすかどうかを判定する段階と、

を含み、

50

前記ウェブページが前記ターゲットキーワードに関係するページキーワードを有する場合、前記ターゲットキーワードが満たされ、

前記ウェブページが前記ウェブサイト識別基準を満たすかどうかを判定する段階と、

前記ウェブページによって満たされるウェブサイト識別基準と、前記ウェブページによって満たされるターゲットキーワードとに基づいて、前記ウェブページと共に提供されるべきコンテンツ項目を識別する段階と、

をさらに含む方法。

【請求項 2 2】

前記コンテンツ項目を識別する段階は広告を識別する段階を含む請求項 2 1 に記載の方法。

10

【請求項 2 3】

コンテンツ項目をターゲティングするコンピュータで実行される方法であって、

掲載場所の基準およびキーワードをデータ記憶装置内に格納する段階と、

前記格納された掲載場所の基準および前記格納されたキーワードを、複数のコンテンツ項目を含むキャンペーンと関連付け、それによって前記複数のコンテンツ項目のそれぞれが、前記格納された掲載場所の基準のうち少なくとも 1 つ、および前記格納されたキーワードのうち 1 つと関連付けられる段階と、

コンテンツ項目が提供されるべきウェブ資産を定義する、コンテンツ項目についてのコンテンツ項目要求を受信する段階と、

前記格納された掲載場所の基準に対して前記ウェブ資産を評価し、前記ウェブ資産によって満たされる前記格納された掲載場所の基準のサブセットを識別する段階と、

20

前記格納されたキーワードに対して前記ウェブ資産を評価し、前記ウェブ資産によって満たされる前記格納されたキーワードのサブセットを識別する段階と、

前記ウェブ資産によって満たされる前記格納された掲載場所の基準および前記格納されたキーワードの識別されたサブセットに基づいて、前記複数のコンテンツ項目のうち 1 つを識別する段階と、

前記識別されたコンテンツ項目を前記ウェブ資産と共に提示するために提供する段階と

、
を含む方法。

【発明の詳細な説明】

30

【技術分野】

【0001】

本明細書は、オンライン広告に関する。

【0002】

本願は、2008年2月19日出願の米国特許出願第12/033590号明細書の優先権を主張する。先の出願の開示は、本願の開示の一部とみなされる(かつ参照により本願の開示に組み込まれる)。

【背景技術】

【0003】

インターネットの進歩は、多種多様なコンテンツ項目、例えばビデオファイルおよび/またはオーディオファイル、特定のテーマについてのウェブページ、ニュース記事などへのアクセスを可能にした。同様に、こうしたコンテンツ項目へのそのようなアクセスは、ターゲット広告の機会を可能にした。例えば、検索エンジンにより、ユーザクエリーに回答して、ユーザが特に関心のあるコンテンツ項目を識別することができる。1つの例示的検索エンジンは、米国カリフォルニア州マウンテンビューのGoogle Inc.によって提供されるGoogle検索エンジンである。クエリーは1つまたは複数の検索語句を含むことができ、検索エンジンは、クエリー内の検索語句に基づいてコンテンツ項目を識別し、任意選択でコンテンツ項目をランク付けし、(例えばランクに従って)ユーザにコンテンツ項目を提示することができる。このクエリーはまた、ユーザにとって関心のある情報のタイプの指標となることもできる。広告主によって指定されるキーワードのリストとユーザクエリー

40

50

を比較することにより、ユーザにターゲット広告を提供することが可能となる。

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

【0004】

別の形態のオンライン広告は広告シンジケーションであり、広告シンジケーションにより、広告主は、広告を追加のパートナーに配布することによって広告主のマーケティング範囲を拡大することが可能となる。例えば、第三者のオンライン発行者が、広告に関係するコンテンツを有するウェブページ上に広告主のテキストまたはイメージを配置することができる。ユーザが発行者(publisher)のウェブページ上の特定のコンテンツに関心を持つ可能性が高いとき、ユーザは、広告で扱われる製品またはサービスにも関心を持つ可能性が高い。したがって、そのようなターゲット広告の掲載場所(placement)は、オンライン顧客を広告主のウェブサイトに至らせるのを助けることができる。

10

【課題を解決するための手段】

【0005】

本明細書は、オンライン広告に関する技術を開示する。一般には、本明細書に記載されている発明の一態様は、キャンペーンに関連する掲載場所の基準を受信し、キャンペーンに関連するキーワードを受信し、コンテンツ項目が提供されるべきウェブ資産を定義する、コンテンツ項目についてのコンテンツ項目要求を受信し、ウェブ資産によって満たされる掲載場所の基準を識別し、ウェブ資産によって満たされるキーワードを識別し、ウェブ資産と共に提供されるべきコンテンツ項目を識別する動作を含み、コンテンツ項目は、キャンペーンに関連し、ウェブ資産によって満たされるキーワードに関連し、ウェブ資産によって満たされる掲載場所の基準に関連する方法で実現することができる。

20

【0006】

任意選択で、上記および他の実施形態は、以下の特徴のうちの1つまたは複数を含むことができる。この方法は、ウェブページのコンテンツを評価し、ページキーワードをウェブページと関連付ける動作を含み、ページキーワードはウェブページのコンテンツに対応し、ターゲットキーワードに関連するページキーワードと関連付けられるウェブページを識別する動作をさらに含むことができる。さらに、任意選択で、この方法は、ターゲットキーワードに関連するコンテンツを有し、掲載場所のメンバであるウェブページと共にコンテンツ項目が提供されるためにエンティティが支払う価格を指定する広告のつけ値を受信する動作を含むことができる。

30

【0007】

掲載場所の基準は、ドメインの特徴、ウェブページの特徴、または他の基準でよい。ドメインの特徴は、ウェブサイトのアドレス、URL、コンテンツの種類、またはウェブサイトのカテゴリのうちの1つまたは複数でよい。ウェブページの特徴は、ウェブページのアドレス、URL、コンテンツの種類、またはウェブページのカテゴリのうちの1つまたは複数でよい。コンテンツ項目は広告とすることができる。広告のつけ値は、ターゲットキーワードに関連する任意のウェブページと共に提供される広告について一定とすることができる。広告のつけ値は、掲載場所の基準に従って変化することができる。

【0008】

40

本明細書に記載されている発明の特定の実施形態は、以下の利点のうちの1つまたは複数を実現するように実装することができる。実現される一つの利点は、広告キャンペーンに関するより厳密なターゲットを定義できることである。別の利点は、単一の広告キャンペーン内でサイトのターゲティング(targeting)およびコンテンツのターゲティングを使用できることである。さらに別の利点は、掲載場所の基準およびターゲットキーワードに基づく柔軟な入札である。こうした利点は、様々な実装で、別々に実現することができ、または組み合わせて実現することができる。

【0009】

本明細書に記載されている発明の1つまたは複数の実施形態の詳細が、添付の図面および以下の説明で記述される。発明の他の特徴、態様、および利点が、説明、図面、および

50

特許請求の範囲から明らかとなるであろう。

【図面の簡単な説明】

【0010】

【図1】例示的なオンライン広告環境のブロック図である。

【図2A】例示的なキャンペーンユーザインターフェースの図である。

【図2B】例示的なキャンペーンユーザインターフェースの図である。

【図3】例示的なターゲティングサブシステムを示すブロック図である。

【図4】コンテンツ項目をウェブページにターゲティングする例示的な処理の流れ図である。

【発明を実施するための形態】

【0011】

様々な図面中の同様の参照番号および呼称は、同様の要素を示す。

【0012】

図1は、例示的なオンライン広告環境100のブロック図である。オンライン環境100は、コンテンツ項目、例えばウェブページ、広告などの識別、およびコンテンツ項目のユーザへの提供を容易にすることができる。ローカルエリアネットワーク(LAN)、広域ネットワーク(WAN)、インターネット、またはそれらの組合せなどのコンピュータネットワーク110が、広告主102aおよび102b、広告管理システム104、発行者106aおよび106b、ユーザ装置108aおよび108b、ならびに検索エンジン112を接続する。2つの広告主(102aおよび102b)、2つの発行者(106aおよび106b)、ならびに2つのユーザ装置(108aおよび108b)だけが示されているが、オンライン環境100は、数千もの広告主、発行者、およびユーザ装置を含むことができる。

【0013】

§1.0 広告の発行および追跡

ある実装では、1つまたは複数の広告主102aおよび/または102bは、直接的または間接的に、広告管理システム104内の広告情報を入力、維持、および追跡することができる。広告は、バナー広告、テキストのみの広告、イメージ広告、オーディオ広告、ビデオ広告、そのような構成要素のいずれかの1つまたは複数を組み合わせた広告などのグラフィカルな広告の形態でよく、または他の任意のタイプの電子広告文書120でよい。広告はまた、リンク、メタ情報、および/またはHTMLやJavaScript(登録商標)などの機械実行可能命令埋込み情報をも含むことができる。

【0014】

ユーザ装置108aなどのユーザ装置は、ページコンテンツ要求109を発行者または検索エンジン112に対して送出(submit)することができる。ある実装では、要求109に回答して、ページコンテンツ111をユーザ装置108aに提供することができる。ページコンテンツは、広告管理システム104によって提供される広告を含むことができ、または広告管理システム104に広告を要求するためにユーザ装置108aで実行することのできる実行可能命令、例えばJavaScript(登録商標)を含むことができる。例示的なユーザ装置108は、パーソナルコンピュータ、移動体通信装置、テレビジョンセットトップボックスなどを含むことができる。

【0015】

広告は、発行者106にも提供することができる。例えば、1つまたは複数の発行者106aおよび/または106bは、1つまたは複数の広告についての広告要求をシステム104に送出することができる。システム104は、発行者のウェブ資産(web property)(例えば、ウェブサイトおよび他のネットワーク配布コンテンツ)のうちの1つまたは複数についての掲載場所のために、要求側発行者106aまたは106bに広告を送信することによって応答する。広告は、ユーザが発行者のウェブサイト上に提示された広告をクリックしたときに誘導される埋込みリンクのランディングページ、例えば広告主102ウェブサイト上のページを含むことができる。広告要求はまた、コンテンツ要求情報をも含むことができる。この情報は、コンテンツ自体(例えば、ページまたは他のコンテンツ文書)、コンテンツまたはコンテン

10

20

30

40

50

ツ要求に対応するカテゴリ(例えば、芸術、ビジネス、コンピュータ、芸術-映画、芸術-音楽など)、コンテンツ要求の一部またはすべて、コンテンツの年代(content age)、コンテンツの種類(例えば、テキスト、グラフィックス、ビデオ、オーディオ、混合メディアなど)、地理的位置情報、人口統計情報、コンテンツに関連するキーワードなどを含むことができる。

【0016】

ある実装では、発行者106は、要求されたコンテンツを、システム104によって提供される広告のうちの1つまたは複数と組み合わせることができる。この組合せページコンテンツ109および広告を、コンテンツを要求したユーザ装置108(例えばユーザ装置108a)に、ビューア(例えば、ブラウザまたは他のコンテンツ表示システム)で提示するためにページコンテンツ111として送信することができる。発行者106は、広告をどのように、いつ、かつ/または、どこで、(例えば、HTMLまたはJavaScript(登録商標)で)表示すべきかを記述する情報を含む、広告についての情報を広告管理システム104に返送することができる。

10

【0017】

発行者106aおよび106bは、コンテンツ(例えば、記事、議論スレッド、音楽、ビデオ、グラフィックス、検索結果、ウェブページリスティング、情報フィードなど)についての要求を受信し、要求に回答して要求されたコンテンツを取り出す一般コンテンツサーバを含むことができる。例えば、ニュースコンテンツプロバイダ、小売業者、独立したブログ、ソーシャルネットワークサイトに関連するコンテンツサーバ、またはネットワーク110を介してコンテンツを提供する他の任意のエンティティが発行者となることができる。

20

【0018】

検索エンジン112の使用によって広告を提供することもできる。検索エンジン112は、検索結果についてのクエリーを受信することができる。それに回答して、検索エンジン112は、文書の索引(例えば、ウェブページの索引)から、関連する検索結果を取り出すことができる。例示的な検索エンジン112が、S. BrinおよびL. Page、“The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Search Engine”、Seventh International World Wide Web Conference、プリズベーン、オーストラリア、ならびに米国特許第6285999号明細書に記載されている。検索結果は、例えば、ウェブページタイトルのリスト、そうしたウェブページから抽出したテキストの抜粋、およびそうしたウェブページへのハイパーテキストリンクを含むことができ、所定の数(例えば10個)の検索結果にグループ化することができる。

30

【0019】

検索エンジン112はまた、広告についての要求をシステム104に送することもできる。要求は、望まれるいくつかの広告を含むことができる。この数は、検索結果、検索結果が占める画面またはページスペースの量、および広告のサイズおよび形状などに依存することができる。広告についての要求はまた、(入力または解析された)クエリー、クエリーに基づく情報(地理的位置情報、クエリーが会員から来たかどうか、そのような会員の識別子など)、ならびに/あるいは検索結果に関連し、または基づく情報をも含むことができる。そのような情報は、例えば、検索結果に関する識別子(例えば、文書識別子すなわち「docID」)、検索結果に関するスコア(例えば情報検索(「IR」)スコア)、識別した文書(例えばウェブページ)から抽出したテキストの抜粋、識別した文書の全テキスト、識別した文書の特徴ベクトルなどを含むことができる。ある実装では、例えばクエリーおよび文書に対応する特徴ベクトルのドット積、ページランクスコア、および/またはIRスコアとページランクスコアの組合せなどからIRスコアを計算することができる。

40

【0020】

検索エンジン112は、システム104によって提供される広告のうちの1つまたは複数と検索結果を組み合わせることができる。次いで、コンテンツを要求したユーザ装置108に、この組合せ情報をページコンテンツ111として転送することができる。有料広告と、恐らくは中立的な検索結果との間でユーザを混乱させないように、検索結果は、広告とは別個に維持することができる。

50

【 0 0 2 1 】

広告主102、ユーザ装置108、および/または検索エンジン112は、広告管理システム104に使用情報を提供することもできる。この使用情報は、例えば広告に関するコンバージョン(conversion)または選択が行われたか否かなどの、提供された広告に関する測定または観察されたユーザ挙動を含むことができる。システム104は、発行者106の貸方に記入すること、使用情報に基づいて広告主102に課金することなどの金銭の処理を実行する。そのような使用情報を処理して、クリックスルー率(“CTR”)、コンバージョン率などのパフォーマンスメトリックを測定することもできる。

【 0 0 2 2 】

クリックスルーは、例えば、ユーザ装置のユーザが発行者または広告管理システムによって返されたコンテンツ項目に対するリンクを選択し、または「クリック」したときに行うことができる。CTRは、コンテンツ項目、例えばランディングページへのリンク、広告、または検索結果をクリックしたユーザ数を、コンテンツ項目が配信された回数で割ることによって得られる成果の計量である。例えば、コンテンツ項目へのリンクが100回配信され、3人がコンテンツ項目をクリックした場合、そのコンテンツ項目に関するCTRは3%である。他の使用情報および/または成果の計量を使用することもできる。

【 0 0 2 3 】

「コンバージョン」は、ユーザが以前に提供された広告に関する取引を完了したときに行われる。コンバージョンを構成するものはケースごとに異なることができ、様々な方式で決定することができる。例えば、コンバージョンは、ユーザが広告をクリックし、広告主のウェブページに差し向けられ、そのウェブページを去る前に購入を完了したときに行うことができる。コンバージョンは、例えば、白書をダウンロードすること、少なくとも所与の深さのウェブサイトまでナビゲートすること、少なくとも一定の数のウェブページを閲覧すること、ウェブサイトまたはウェブページ上で少なくとも所定の量の時間を費やすこと、ウェブサイトに登録することなどの任意の測定可能/観測可能ユーザアクションとなるように広告主によって定義することもできる。コンバージョンを構成する他の動作も使用することができる。

【 0 0 2 4 】

§ 2.0 広告オークションおよび管理

広告が検索クエリーや発行者のウェブページコンテンツなどのコンテンツに基づいて選択されることに加えて、広告をオークションから選択することもできる。一実装では、広告管理システム104はオークション処理を含む。広告主102は、識別されたウェブページと共に広告が提供されるために広告主が支払うことをいとわない額を選択または入札することが可能となる。同様に、広告主102は、広告の各クリックについて広告主が支払うことをいとわない額、例えばユーザが広告をクリックしたときに広告主が支払う、例えばクリック当たりのコスト額を選択または入札することが可能となる。クリック当たりのコストは、クリック当たりの最大コスト、例えばキーワードに基づく広告の各クリックについて広告主が支払うことをいとわない最大額を含むことができる。1つまたは複数のオークションモデル、例えばGSP(generalized second price)オークション、VCG(Vickrey Clark Groves)オークションなどでこうしたつけ値(bid)を使用することができる。

【 0 0 2 5 】

§ 3.0 広告キャンペーン

上述の広告、関連使用データ、および入札パラメータを広告データとして広告データ記憶装置114内に格納することができる。広告主102はさらに、広告キャンペーンを指定することによって広告の提供を管理することができる。広告キャンペーンをキャンペーンデータ記憶装置116内のキャンペーンデータ内に格納することができ、キャンペーンデータ記憶装置116は、例えば広告のための広告予算、特定の広告をいつ、どこで、どんな条件下で提示のために提供することができるかを指定することができる。例えば、コンピュータ会社は、11月20日に発表することが予定されている新しいラップトップコンピュータに関する広告キャンペーンを設計することができる。広告キャンペーンは、500,000ドルの予

10

20

30

40

50

算を有することができ、11月中に提示のために提供される30の異なる広告を有することができる。広告キャンペーンを定義するそのようなデータをキャンペーンデータ116内に格納することができる。

【0026】

ある実装では、共通キャンペーンの一部である広告が、共通ターゲティングオプションを共有することもできる。キャンペーン用のターゲティングオプションは、コンテンツネットワーク117内の掲載場所ターゲティング(例えば、場所ターゲティング、垂直ターゲティング、および人口統計ターゲティング)およびキーワードターゲティングを含むことができる。

【0027】

コンテンツネットワーク117は、ウェブページおよびウェブサイトの属性に基づいて索引付けされるウェブページおよびウェブサイトの集合である。ウェブページおよびウェブサイトの属性は、例えば、ウェブページおよびウェブサイトのコンテンツを特徴付けるキーワード、ウェブページおよびウェブサイトに関するURL、ウェブページおよびウェブサイトの訪問者の人口統計、コンテンツの年代、コンテンツの種類、コンテンツのカテゴリなどを含むことができる。ウェブページおよびウェブサイトの属性は、例えば検索エンジン112またはウェブクローラ119によって識別することができる。ウェブクローラ119は、ウェブページを自動的にブラウズおよび評価して、ウェブページおよび関連する属性を識別し、ウェブページの索引を作成するコンピュータプログラムまたはスクリプトでよい。ウェブページデータを収集する他の処理も使用することができる。

【0028】

ターゲティングオプションを個別に使用して、異なるキャンペーンタイプと関連付けることができる。例えば、検索/コンテンツキャンペーンが、例えばキーワードを使用して、ターゲットとする検索結果ページおよび他のウェブページを識別することができる。同様に、サイトターゲティングキャンペーンおよび予約キャンペーン(例えば、広告主が指定のウェブページまたは広告スロット上の定義された数のインプレッションについて定額を支払うことを可能にするキャンペーン)が、例えばユニフォームリソースロケータ(URL)を使用して、ターゲットとするウェブサイトを識別することができる。

【0029】

§3.1 ハイブリッドキャンペーン

ある実装では、ターゲティングオプションを単一のキャンペーンに統合することができ、それにより、単一のキャンペーンでの複数のターゲティングオプション(例えば、掲載場所ターゲティングおよびキーワードターゲティング)の使用が容易となる。掲載場所ターゲティングにより、広告主102が、掲載場所の基準に基づいて、広告と共にターゲットとする掲載場所を選択することが可能となり、キーワードターゲティングにより、広告主102が、ターゲットキーワードに基づいて、発行者の資産(例えば、検索結果ページおよびコンテンツページ)をキャンペーンでの広告のターゲットとすることが可能となる。例えば、ターゲティングサブシステム130を使用して、複数のターゲティングオプションを管理することができる。

【0030】

§3.2 ハイブリッドキャンペーンの掲載場所ターゲティング部分

オンライン実装では、掲載場所は、コンテンツネットワーク117のサブセットである。例えば、掲載場所は、任意のウェブ資産、例えばウェブサイト、ドメイン、またはウェブページのサブセットなどでよく、そこに広告主102はコンテンツ項目(例えば広告)を配置することができる。他のメディアに関する別の実装では、掲載場所は、広告などのコンテンツ項目を発行するのに使用することのできるメディア資産でよい。ある実装では、広告主102から広告管理システム104で受信される掲載場所の基準を使用して、キャンペーンに関する掲載場所を識別することができる。

【0031】

掲載場所の基準は、キーワードとは無関係に満たすことのできるドメインの特徴、ウェブ

10

20

30

40

50

ブページの特徴、または他の基準、あるいは様々なウェブページに関連するキーワードに関連するワードを含むことができる。ドメインの特徴とは、共通ドメイン(例えばウェブサイト)の一部である一群のウェブページに関連する特徴を指す。ウェブページの特徴とは、個々のウェブページに関連する特徴を指す。例えば、ドメインの特徴およびウェブページの特徴は、URL、コンテンツの年代、コンテンツの種類、地理的位置情報、人口統計情報(例えば、コンテンツを要求するユーザの人口統計)、ウェブサイトおよび/またはウェブページのカテゴリ、ならびにドメインまたはウェブページを特徴付け、または分類する他の任意の情報を含むことができる。掲載場所の基準を使用して、掲載場所の基準を満たすドメイン(例えばウェブサイト)、ウェブページ、またはドメインとウェブページの組合せのすべてを含む掲載場所を定義することができる。

10

【0032】

例えば、特定のウェブページをキャンペーンでの広告または広告の一部のターゲットとすべきであると決定する広告主102は、ユーザインターフェースを介して、そのウェブページに関連するURL(例えばhttp://www.example.com)を広告管理システム104に与える。この状況では、単一のウェブページに関するURLがキャンペーンに関する掲載場所を定義する。次に、広告システムマネージャ104は、URL(例えばhttp://www.example.com)で識別されるウェブページと共に提示されるキャンペーンでの広告を識別することができる。同様に、広告主102は、複数のウェブページに関連する複数のURLを送出して、複数のウェブページを含む掲載場所を定義することができる。

20

【0033】

ある実装では、広告主102は、共通ドメインに対応する任意のURLまたはURLの部分文字列をキャンペーンでターゲットとすることができるように指定することができる。上記の例では、広告主102は、example.com内の任意のウェブページまたはexample.comのURL部分文字列を含む任意のウェブページをターゲットとすることができるように指定することができる。したがって、example.comドメイン内にあるウェブページまたはURL中にexample.comを含むウェブページのすべてが、ターゲット掲載場所の一部となる。例えば、URL http://www.example.com/example_pageでアクセスされる個々のウェブページは、そのURLがexample.comを含むので掲載場所の一部となる。同様に、www.example.com/photosをターゲットサイトとして識別する掲載場所の基準は、www.example.com/photos/augustによって満たされる。したがって、URLの掲載場所の基準は、掲載場所の基準をURLの部分文字列として含むURLによって満たされる。

30

【0034】

広告主102がターゲティングのために識別するウェブページまたはウェブサイトのカテゴリを定義する掲載場所の基準によって、別の例示的な掲載場所を定義することができる。例示的なカテゴリは、ウェブページまたはウェブサイトの内容または目的(例えば、ソーシャルネットワーキングおよびニュース)、またはウェブサイトトラフィックの特徴(例えば、トラフィックカウントおよび固有のヒット)、またはコンテンツの特徴(例えば、コンテンツの年代およびコンテンツの種類)に基づくことができる。広告管理システム104は、カテゴリのリスト、例えばニュース、政治、議会、または広告主102がターゲットとするウェブサイトを特徴付けるトピックスを受信することができる。次に、広告管理システム104は、例えばニュース、政治、議会に関するウェブサイトまたはウェブページと分類されるウェブサイトおよび/またはウェブページを含む掲載場所を識別することができる。したがって、キャンペーンでの広告を、掲載場所を定義するウェブページおよびウェブサイトと共に提示することができる。

40

【0035】

別の例では、広告主は、広告管理システム104に指定の特徴を送出することにより、ターゲティングのために識別されるウェブサイトまたはウェブページが時間的な掲載場所の基準を満たすコンテンツ、例えば過去24時間に更新されたコンテンツを有すべきであることを指定することができる。次に、広告管理システム104は、過去24時間に更新されたコンテンツを有するウェブサイトおよび/またはウェブページを含む掲載場所を識別する

50

ことができる。したがって、キャンペーンでの広告を、掲載場所を定義するウェブサイトおよび/またはウェブページと共に提示することができる。

【0036】

他のタイプの掲載場所の基準も使用することができる。

【0037】

§3.3 ハイブリッドキャンペーンのキーワードターゲティング部分

キーワードターゲティングにより、広告主102は、ターゲットキーワードに基づいて、発行者の資産(例えば、検索結果ページおよびコンテンツページ)をキャンペーンでの広告のターゲットとすることが可能となる。キーワードは、例えば検索の目的でコンテンツを索引付けするために作成される記述子である。キーワードは、例えば、ウェブページのコンテンツを評価し、ウェブページのコンテンツを特徴付けるワードを識別する検索エンジン112またはウェブクローラ119で作成することができる。ウェブページのコンテンツに対応するキーワードは、ウェブページのURLと関連付けることができ、後の参照のために索引内に格納することができる。ウェブページのURLに関連するキーワードは、ページキーワードと呼ばれる。

10

【0038】

キーワードを参照して、例えば検索要求に応答するウェブページの識別を容易にすることができる。検索クエリーをユーザ装置108bから検索エンジン112で受信することができる。次に、検索エンジン112は、索引を探索し、検索クエリーに関係するキーワードに関連するウェブページを識別することができる。例えば検索クエリーに対するキーワードの関連性に基づいて、識別したウェブページを検索結果リスト内に列挙することができる。

20

【0039】

ターゲットキーワードは、例えば、広告を資産と共に提供するために発行者の資産(例えばウェブページ)と関連付けるべき広告主102が識別するキーワードでよい。広告主102は、キャンペーンでの広告に関するターゲットキーワードを使用して、マーケティング結果をターゲットとすることができる。ある実装では、広告主102は、ターゲットキーワードに関係する発行者の資産(例えばウェブページ)を広告のターゲットとすることができる。

【0040】

例えば、イベントチケットに関係する製品/サービスを広告している広告主102は、スポーツフランチャイズ名を、広告を提供するためのターゲットキーワードとして識別することができる。したがって、広告主102は、ターゲットキーワード(スポーツフランチャイズ名)を広告管理システム104に与えることができる。次に、広告管理システム104は、スポーツフランチャイズ名に関係するページキーワードに関連するウェブページを識別することができる。次いで、広告管理システム104は、識別したウェブページと共に広告主の広告を提供することができる。

30

【0041】

ある実装では、広告主102は、ターゲットキーワードとページキーワードとの間の必要な関連性を定義することができる。例えば、広告主102は、特定のキャンペーンでの広告が、ターゲットキーワードに厳密に合致するページキーワードに関連するウェブページのみと共に提示されるべきであると指定することができる。したがって、広告は、ターゲットキーワードに厳密には合致しない他のページキーワードに関連するウェブページと共に提供されない。

40

【0042】

逆に、ある実装では、広告主102は、広い関連性を、ターゲットキーワードを満たすのに十分であると定義することができる。したがって、広告管理システム104は、広告主の広告を、ページキーワード、例えばスポーツフランチャイズ名に関連するウェブページ、ならびに大まかに関連するターゲットキーワード(例えば、スポーツフランチャイズが関与するスポーツに関係するキーワード)に関連するウェブページと共に提供することができる。関連性の例が説明のために与えられるが、広告管理システム104が、ターゲットキ

50

ーワードに対する異なるレベルの関連性を有するページキーワードに関連するウェブページと共に広告を提供することを可能にする他のレベルの関連性を定義することができる。

【0043】

§3.4 ハイブリッドターゲティング

ある実装では、広告管理システム104は、掲載場所の基準およびターゲットキーワードを使用して掲載場所を識別することができる。こうした実装では、広告主102は、広告を発行者の資産(例えばウェブページ)と共に提示するために発行者の資産上に含まれるべきコンテンツに関連するターゲットキーワードを提供することができる。広告管理システム104は、例えば、広告を要求している発行者の資産がターゲットキーワードに関連するページキーワードを有するかどうかを判定することができる。さらに、広告主102は、ターゲットとするウェブサイト(例えばURLおよびドメイン)、またはウェブサイトのカテゴリ(例えば、ソーシャルネットワーキングおよびニュース)を指定することもできる。次に、広告管理システム104は、広告を要求している発行者の資産が掲載場所の基準を満たすかどうかを判定することができる。ターゲットキーワードと掲載場所の基準のどちらも満たされる場合、発行者の資産は、広告に関する掲載場所であり、広告を発行者の資産と共に提示することができる。

10

【0044】

例えば、広告管理システム104は、広告に関連するターゲットキーワード「車」、「新しい車」、および「車販売店」を広告主102から受信することができる。さらに、広告管理システム104は、新聞ウェブページをターゲットウェブサイトとして識別する掲載場所の基準を受信することができる。広告管理システム104が広告についての要求をウェブページから受信したとき、広告管理システム104は、要求側ウェブページに関連する属性を識別し、要求側ウェブページと共にどの広告を提示することができるかを判定することができる。したがって、要求側ウェブページがそれに関連するページキーワード「車」を有すること、およびウェブページが新聞ウェブページであることを広告管理システム104が判定した場合、広告管理システム104は、ウェブページは広告に関する掲載場所であると判定することができる。したがって、広告管理システム104は、掲載場所の基準を使用して、ウェブページが広告に関連するコンテンツを有する場合であっても、コンテンツネットワーク内のウェブページと共に提示される広告を制限することができる。

20

【0045】

別の実装では、広告管理システム104は、上述のように、広告主102から受信した掲載場所の基準を満たすコンテンツネットワーク内のウェブサイトまたはウェブページを識別することにより、広告に関する掲載場所を識別する。次いで、広告管理システム104は、ターゲットキーワードを使用して、掲載場所においてウェブページをフィルタリングことができ、それによってターゲットキーワードを満たす掲載場所においてウェブページを識別する。したがって、掲載場所の基準およびターゲットキーワードが使用され、キャンペーンでターゲットとすることのできるウェブページが識別される。

30

【0046】

例えば、広告主102は、その広告がスポーツフランチाइズに関連するコンテンツを提供するソーシャルネットワーキングウェブページ上で提供されることを指定することができる。したがって、広告管理システム104は、ソーシャルネットワーキングサイトをターゲットウェブサイトとして指定する掲載場所の基準を広告主102から受信することができる。さらに、広告主102は、スポーツフランチाइズ名のターゲットキーワードを与えることができる。

40

【0047】

広告管理システム104は、ウェブページ上のコンテンツの如何に関わらず、ソーシャルネットワーキングウェブサイトの一部であるウェブページを含む初期の掲載場所を識別することができる。広告管理システム104は、スポーツフランチाइズに関連するコンテンツを有する初期の掲載場所においてウェブページを識別することによって続行することができる。識別は、例えば、初期の掲載場所におけるウェブページに関連するページキーワ

50

ードに基づくことができる。最終の掲載場所は、スポーツフランチャイズ名のページキーワードに関連するソーシャルネットワーキングページを含む。次に、広告管理システム104は、最終の掲載場所の一部であるウェブページと共に広告主の広告を提供することができる。したがって、広告主102は、広告管理システム104で受信される掲載場所の基準とターゲットキーワードのどちらも使用して、単一のキャンペーンでの広告のターゲットを選択的に掲載場所とすることができる。

【0048】

§3.5 ハイブリッドキャンペーン入札例

ある実装では、掲載場所の基準およびターゲットキーワードに従って変化する広告のつけ値を広告主102から受信することができる。例えば、広告主102は、第1のつけ値に関連する掲載場所の基準および/またはターゲットキーワードを送出することができる。同様に、広告主は、第2のつけ値に関連する異なる掲載場所の基準およびキーワードを送出することができる。掲載場所の基準およびターゲットキーワードに従ってつけ値を変更することにより、広告主102が、異なる特徴を有するウェブページと共に広告を提供することと広告主が関連付ける異なる値に従って入札することが可能となる。

【0049】

例えば、野球のバットを販売する広告主102は、任意のリトルリーグ野球ウェブサイト、ならびにターゲットキーワードの野球、バット、およびクラブに関連するスポーツ商品ウェブサイトを広告のターゲットとすることを決定することができる。広告主102はまた、ターゲットキーワードに関連するスポーツ商品ウェブページと共に広告を提供することが、リトルリーグウェブサイトと共に広告を提供することよりも価値があると判定することができる。したがって、広告主は、リトルリーグウェブサイトと共に提供される広告について1ドルのつけ値(例えば、クリック当たりのコスト、クリック当たりの最大コスト、1000インプレッション当たりのコスト)を送出ことができ、一方、ターゲットキーワードに関連するスポーツ商品ウェブページと共に提供される広告について3ドルのつけ値を送出する。したがって、広告主102は、掲載場所の基準およびターゲットキーワードに基づいてその広告のつけ値を変更しており、それによって、ターゲットキーワードに関連するスポーツ商品ウェブページについてより高いつけ値を含めることにより、こうしたウェブページと共に広告が提供されることについての選択を表示する。

【0050】

同様に、広告主102は、ターゲットキーワードを満たす任意のウェブサイトと共に提供される広告について一定のつけ値を送出することができるが、掲載場所の基準も満たすサイトについてつけ値を変更することができる。例えば、広告主102は、ターゲットキーワード「野球」を満たすページキーワードを有する任意のウェブサイト上に配置される広告について1ドルのつけ値を送出することができる。さらに、広告主102は、スポーツ商品ウェブサイトと共に提示される広告について3ドルのつけ値を送出することができる。したがって、広告主の広告が、ターゲットキーワードを満たすが、スポーツ商品ウェブサイトではないウェブサイト上に提示される場合、広告主のつけ値は1ドルとなり、ウェブサイトがスポーツ商品でもある場合、広告主のつけ値は3ドルに増加する。特定の掲載場所の基準を有するウェブサイトに関連するより高いつけ値を与える一方、広告主102は、他の識別された掲載場所の基準を有するウェブページと共に提示される広告についてより低いつけ値(例えば0.50ドル)を与えることができる。したがって、掲載場所の基準を広告のつけ値の修飾子として使用することができる。

【0051】

ある実装では、広告主102は、異なる掲載場所の基準またはターゲットキーワードについて重複するつけ値を送出することができる。例えば、広告主102は、example.comドメインの一部である任意のウェブページと共に提示されるとき、広告について1ドルのつけ値を送出することができる。さらに、広告主102は、ウェブページ<http://www.example.com/news>と共に提示されるとき、広告について3ドルのつけ値を送出することができる。この状況では、広告主のつけ値は、オークション中のウェブページスペースについて最も具体

10

20

30

40

50

的なつけ値でよい。例えば、ウェブページ<http://www.example.com/news>がオークション中である場合、1ドルのつけ値ではなく、3ドルのつけ値を使用することができる。同様に、example.comドメインの一部である他のすべてのウェブページについて、1ドルのつけ値が使用される。

【0052】

広告主102が異なるターゲットキーワードについて重複するつけ値を送出するとき、類似のつけ値選択処理を使用することができる。例えば、広告主102は、ターゲットキーワード「野球」に大まかに関係するウェブページと共に提示される広告について1ドルのつけ値を送出することができる。同様に、広告主は、キーワード「野球」に厳密に合致するウェブページと共に提示される広告について3ドルのつけ値を送出することができる。この状況では、より具体的なつけ値が厳密な合致と関連するつけ値であると判定することができる。次に、厳密なページキーワード「野球」に関連するウェブページがオークション中であるとき、3ドルのつけ値を使用することができ、例えばキーワード「バット」、「ホームラン」、および「キャッチャー」に関連するウェブページのとおり、1ドルのつけ値を使用することができる。例示のためにつけ値の具体性に基づくつけ値選択が与えられたが、他のつけ値選択処理を使用することもできる。さらに、例示のために「つけ値」という一般的用語を使用した。広告主102によって送み出されるつけ値は、クリック当たりのコスト、クリック当たりの最大コスト、1000インプレッション当たりのコスト、または他の任意の種類につけ値でよい。

10

【0053】

20

§4.0 例示的なユーザインターフェース

ある実装では、広告主102が掲載場所の基準およびターゲットキーワードを管理することを可能にするキャンペーンユーザインターフェースを設けることができる。図2A~2Bは、例示的なキャンペーンユーザインターフェース200の図である。例えば、インターネットブラウザでアクセスすることのできるウェブページ202上に例示的なキャンペーンユーザインターフェース200を設けることができる。ある実装では、キャンペーンユーザインターフェース200により、広告主がキャンペーンと共に使用される掲載場所の基準を掲載場所の基準メニュー204で管理することを可能にすることができる。掲載場所の基準メニュー204は、例えば、広告主によって与えられた現在の掲載場所の基準208を表示するステータスウィンドウ206を提供することができる。

30

【0054】

さらに、掲載場所の基準メニュー204は、各々の掲載場所の基準208の現在のステータス210を提供することができる。例えば、掲載場所の基準メニュー204は、キャンペーンで現在使用中の掲載場所の基準208についてのステータス「アクティブ」を与えることができる。逆に、掲載場所の基準メニュー204は、キャンペーンで現在使用されていない掲載場所の基準208についてのステータス「非アクティブ」を与えることができる。掲載場所の基準メニュー204はまた、各々の掲載場所の基準208に関連するつけ値212も提供することができる。

【0055】

ある実装では、掲載場所の基準メニュー204は、掲載場所の基準208に関連するURLまたはカテゴリを提供するURL/カテゴリ欄214を提供することができる。例えば、広告主が基準1を定義するためにURLを与えた場合、掲載場所の基準メニュー204は、URL/カテゴリ欄214内にURLを与えることができる。同様に、広告主が基準2を定義するためにカテゴリを送出した場合、掲載場所の基準メニュー204は、URL/カテゴリ欄214内にカテゴリを与えることができる(例えば、スポーツ、ニュース、選挙)。

40

【0056】

広告主がキャンペーンに関連する基準を管理することを可能にする基準管理ボタン216を設けることができる。ある実装では、広告主がキャンペーンに関連する基準を管理することを可能にする、「基準を追加」、「基準を削除」、および「基準を編集」基準管理ボタン216を設けることができる。

50

【0057】

例えば、広告主は、キャンペーンがターゲットとすべきドメインを特定する新しいURLを与えることができる。この状況では、広告主は、「基準を追加」ボタンを選択し、キャンペーンに関する基準としてURLを追加することができる。逆に、広告主は、例えばステータスウィンドウ206から基準208を選択し、「基準を削除」ボタンを選択することにより、キャンペーンともはや関連付けるべきではない基準を除去することができる。最後に、広告主は、例えばステータスウィンドウ206から基準208を選択し、「基準を編集」ボタンを選択することにより、キャンペーンに関連する既存の基準208を編集することができる。これにより、広告主は、基準に関連する設定を調節することが可能となる。例えば、広告主が基準1を選択した場合、広告主は、基準1に関連するつけ値を調節することができ、または基準1のステータスを変更することができる。

10

【0058】

ある実装では、キャンペーンユーザインターフェース200により、広告主が、キャンペーンに関連して使用されるターゲットキーワードをキーワードメニュー230で管理することも可能にすることができる。キーワードメニュー230は、例えば、広告主によって与えられたターゲットキーワード232を表示するステータスウィンドウ206を提供することができる。

【0059】

さらに、キーワードメニュー230は、各ターゲットキーワード232のステータスを提示するステータス欄210を提供することができる。例えば、キーワードメニュー230は、キャンペーンで現在使用中のターゲットキーワード232についてのステータス「アクティブ」を与えることができる。逆に、キーワードメニュー230は、キャンペーンで現在使用されていないターゲットキーワード232についてのステータス「非アクティブ」を与えることができる。

20

【0060】

さらに、キーワードメニュー230は、広告主がターゲットキーワード232について指定した関連性のレベルを提示する関連性欄234を提供することができる。例えば、ページキーワードがターゲットキーワード232に厳密に合致することを広告主が要求する場合、「厳密」な関連性を提示することができる。しかし、大まかに関連するページキーワードがターゲットキーワード232を満たすことを広告主が指定した場合、ターゲットキーワードについて関連性欄234で「広い」を提示することができる。

30

【0061】

ある実装では、広告主がキャンペーンに関連するターゲットキーワード232を管理することを可能にするキーワード管理ボタン236を設けることができる。例えば、広告主がキャンペーンに関連するターゲットキーワード232を管理することを可能にする「キーワードを追加」、「キーワードを削除」、および「キーワードを編集」キーワード管理ボタン236を設けることができる。

【0062】

例えば、広告主は、キャンペーンでターゲットとすべき新しいターゲットキーワードを与えることができる。この状況では、広告主は、「キーワードを追加」ボタンを選択し、キーワードをキャンペーンに関するターゲットキーワードとして追加することができる。逆に、広告主は、例えばステータスウィンドウ206からキーワード232を選択し、「キーワードを削除」ボタンを選択することにより、キャンペーンともはや関連付けるべきでないターゲットキーワードを除去することができる。最後に、広告主は、例えばステータスウィンドウ206からターゲットキーワード232を選択し、「キーワードを編集」ボタンを選択することにより、キャンペーンに関連する既存のターゲットキーワード232を編集することができる。これにより、広告主は、ターゲットキーワード232に関連する設定を調節することが可能となる。例えば、広告主がキーワード1を選択した場合、広告主は、キーワード1に関連する関連性を調節することができ、またはキーワード1のステータスを変更することができる。

40

50

【 0 0 6 3 】

§5.0 例示的なターゲティングサブシステム

図3は、例示的なターゲティングサブシステム130を示すブロック図である。ターゲティングサブシステム130は、例えば図1の広告管理システム104で実装することができる。ある実装では、ターゲティングサブシステム130は、基準記憶装置301、掲載場所識別エンジン302、キーワードエンジン304、およびコンテンツ項目識別エンジン306を含むことができる。ターゲティングサブシステム130は、例えば定義された基準(例えば掲載場所の基準およびターゲットキーワード)を満たす発行者の資産(例えばウェブページ)を広告キャンペーンのターゲットとするのが容易となるように実装することができる。

【 0 0 6 4 】

10

ある実装では、基準記憶装置301は、掲載場所の基準ならびにターゲットキーワードを受け取るように動作可能である。掲載場所の基準は、ドメインの特徴またはウェブページの特徴(例えば、URL、コンテンツ情報、地理的位置情報、人口統計情報、およびウェブサイト/ウェブページのカテゴリ情報)を含むことができる。ターゲットキーワードは、例えば、ターゲットとしている広告キャンペーンに関連するトピックに関連付けることができる。掲載場所の基準およびターゲットキーワードは、例えば広告主から図2A~2Bのユーザーインターフェースを介して受信することができる。

【 0 0 6 5 】

20

ある実装では、掲載場所の基準およびキーワードが基準記憶装置301内に格納され、複数のコンテンツ項目、例えば広告を含むキャンペーンと関連付けられ、その結果、複数のコンテンツ項目のそれぞれが、格納された掲載場所の基準のうちの少なくとも1つ、および格納されたキーワードのうちの1つと関連付けられる。

【 0 0 6 6 】

ある実装では、ターゲティングサブシステム130によって提供される利用可能な掲載場所の基準およびターゲットキーワードのリストから、掲載場所の基準およびターゲットキーワードを選択することができる。ターゲティングサブシステム130は、例えば以前に受信した掲載場所の基準およびターゲットキーワードから、利用可能な掲載場所の基準およびターゲットキーワードのリストを集め、リストを例えば基準記憶装置131内に格納することができる。

【 0 0 6 7 】

30

あるいは、ターゲティングサブシステム130は、広告のコンテンツに基づいて、利用可能な掲載場所の基準およびターゲットキーワードのリストを集めることもできる。例えば、索引内で広告と関連付けられる属性からリストを集めることができる。広告の属性は、例えば広告のコンテンツを評価することによって識別することができる。評価および索引付けは、上記で論じたように、ウェブページと同様に実行することができる。

【 0 0 6 8 】

40

例えば、広告が野球のバットに関するものである場合、ターゲティングサブシステム130は、索引を参照して、広告に関連するキーワードを識別することができる。次に、ターゲティングサブシステム130は、広告に関連するキーワードを、利用可能なターゲットキーワードのリストとして提供することができる。同様にして、利用可能な掲載場所の基準のリストを提供することができる。例えば、広告の評価は、広告がフラッシュ広告であることを明らかにすることができる。次に、ターゲティングサブシステム130は、フラッシュ広告がソーシャルネットワークングサイト上ではより良好に機能すると判定し、ソーシャルネットワークングウェブサイトを広告に関する掲載場所の基準として提案することができる。

【 0 0 6 9 】

50

ターゲティングサブシステム130が広告主から掲載場所の基準および/またはターゲットキーワードを受信すると、ターゲティングサブシステム130は、この情報を様々な方式で使用して、一緒に提示すべき広告とウェブページを識別することができる。例えば、ウェブページがターゲティングサブシステム130に広告を要求するとき、ターゲティングサブ

システム130は、ウェブページと共に提示することのできる広告を識別することができる。

【0070】

§5.1 広告要求に応答して広告を識別する

ある実装では、ターゲティングサブシステム130は、ウェブページからの広告についての要求に応答して、ウェブページと共に提示することのできる広告を識別することができる。こうした実装では、ターゲティングサブシステム130は、広告を要求している資産(例えば要求側ページ)によって満たされる掲載場所の基準およびターゲットキーワードを識別することができる。次に、ターゲティングサブシステム130は、要求側ページによって満たされる掲載場所の基準およびターゲティングキーワードを指定する広告を識別することができる。掲載場所の基準およびキーワードが評価される順序は変化し得る可能性がある。例えば、ある実装では、要求側ページによって満たされる掲載場所の基準がまず識別され、満たされるキーワードの識別がその後続き、こうした評価に基づいて広告を選択することができる。逆に、別の実装では、要求側ページによって満たされるキーワードがまず識別され、満たされる掲載場所の基準の識別がその後続き、こうした評価に基づいて広告を選択することができる。

10

【0071】

掲載場所識別エンジン302は、広告を要求しているウェブページによって満たされる掲載場所の基準を識別するように動作可能にすることができる。掲載場所識別エンジン302は、例えば、ウェブページの属性を識別し、識別した属性を、広告に関連する掲載場所の基準と比較することができる。例えば、格納された掲載場所の基準に対してウェブページを評価することができ、ウェブ資産によって満たされる、格納された掲載場所の基準のサブセットを識別することができる。例えば、要求側ウェブページが部分文字列example.comを含むURLを有する場合、掲載場所識別エンジン302は、ウェブページが部分文字列example.comを要求する掲載場所の基準を満たすと判定することができる。

20

【0072】

同様に、キーワードエンジン304は、要求側ページによって満たされるターゲットキーワードを識別するように動作可能にすることができる。キーワードエンジン304は、例えば、要求側ページに関連するページキーワードを基準記憶装置301内に格納されるターゲットキーワードと比較し、ページキーワードがターゲットキーワードに関係するかどうかを判定することにより、満たされるターゲットキーワードを識別することができる。例えば、格納されたキーワードに対してウェブページを評価することができ、ウェブ資産によって満たされる、格納されたキーワードのサブセットを識別することができる。この比較に基づいて、キーワードエンジン304は、ターゲットキーワードのいずれかが要求側ページによって満たされるかどうかを判定することができる。

30

【0073】

ある実装では、ターゲットキーワードとページキーワードとの間の厳密な合致を要求することができる。例えば、ターゲットキーワードが「結婚式」である場合、ウェブページをターゲットキーワードに関係付けるために、ページキーワードも「結婚式」でなければならない。ある実装では、ターゲットキーワードとページキーワードとの間の関連性を広げることができる。例えば、より広い関連性がターゲットキーワードを満たすとき、他のページキーワード、例えば「花嫁」、「花婿」、および「婚約」がターゲットキーワード「結婚式」を満たすページキーワードであると判定することができる。したがって、広い関連性を要求するキャンペーンで、ページキーワード「花嫁」、「花婿」、および「婚約」に関連するウェブページをターゲットとすることができる。

40

【0074】

コンテンツ項目識別エンジン306は、要求側ページと共にユーザ装置に提供される広告を識別するように動作可能にすることができる。例えば、コンテンツ項目識別エンジン306は、ウェブページから広告についての要求を受信することができる。次に、コンテンツ項目識別エンジン306は、掲載場所識別エンジン302およびキーワードエンジン304によ

50

て決定される、要求側ウェブページによって満たされる掲載場所の基準およびターゲットキーワードを有するキャンペーンを識別し、満たされるキャンペーンのうちの1つから広告を選択することができる。要求側ページと共に提示される広告は、例えば、上記で論じたようにオークションに従って選択することができる。

【0075】

例えば、ある実装では、コンテンツ識別エンジン306は、ウェブページによって満たされる、格納された掲載場所の基準および格納されたキーワードの識別されたサブセットに基づいて、複数のコンテンツ項目のうちの1つ(または複数)を識別することができる。次いで、コンテンツ識別エンジン306は、例えばコンテンツ項目をウェブページの発行者に提供すること、またはコンテンツ項目をウェブページにアクセスしたクライアント装置に提供すること、またはウェブ資産と共にコンテンツ項目を提示することを容易にする何らかの他の提供処理により、識別したコンテンツ項目をウェブ資産と共に提示するために提供することができる。

10

【0076】

掲載場所識別エンジン302、キーワードエンジン304、およびコンテンツ項目識別エンジン306は、実行時に1つまたは複数の処理装置に上述の処理および機能を実行させる命令によって実現することができる。そのような命令は、例えば、スクリプト命令、例えばJavaScript(登録商標)命令もしくはECMAScript命令などのインタプリタ型命令、または実行可能コード、またはコンピュータ読み取り可能な媒体内に格納された他の命令を含むことができる。掲載場所識別エンジン302、キーワードエンジン304、およびコンテンツ項目識別エンジン306は、別々に実装することができ、または単一のソフトウェアエンティティとして実装することができる。掲載場所識別エンジン302、キーワードエンジン304、およびコンテンツ項目識別エンジン306はまた、サーバ施設のようにネットワークを介して分散して実装することもでき、または単一のコンピュータ装置で実装することができる。

20

【0077】

§6 例示的なターゲティング処理

図4は、ウェブページをコンテンツ項目のターゲットとする例示的な処理400の流れ図である。処理は、例えば、図3を参照して説明したターゲティングサブシステム130で実装することができる。処理400は、キャンペーンに関連するターゲットキーワードを受信することによって開始する(402)。ある実装では、キャンペーンで広告中の製品/サービスにトピックを関係付けることができる。ターゲットキーワードは、例えば広告主から図2A~2Bのユーザーインターフェースを介して受信することができる。ターゲットキーワードは、例えば基準記憶装置301で受信および格納することができる。

30

【0078】

処理400はさらに、キャンペーンに関連する掲載場所の基準を受信することができる(404)。掲載場所の基準は、ドメインの特徴またはウェブページの特徴(例えば、URL、コンテンツ情報、地理的位置情報、人口統計情報、およびウェブサイト/ウェブページのカテゴリ情報)を含むことができ、キャンペーンでターゲットとすることが望まれる掲載場所(例えば、ウェブページ、ウェブ資産など)を定義することができる。掲載場所の基準は、例えば広告主から図2Aおよび2Bのユーザーインターフェースを介して受信することができる。掲載場所の基準は、例えば基準記憶装置301で受信および格納することができる。

40

【0079】

処理400は、コンテンツ項目要求、例えば広告要求を受信することができる(406)。要求は、ウェブ資産、例えば、発行者のページなどの、それに関して広告を提供すべきウェブページ、または他の何らかのウェブ資産を定義することができる。ターゲティングサブシステム130は、例えばコンテンツ項目要求を受信することができる。

【0080】

要求に応答して、処理400は、広告についての要求で定義されるウェブ資産によって満たされるキーワードおよび掲載場所の基準を識別することができる(408)。例えば、上記のセクション5.1で説明したように、掲載場所識別エンジン302およびキーワードエンジン

50

304が、ウェブ資産によって満たされるキーワードおよび掲載場所の基準を識別することができる。

【0081】

処理400はさらに、ウェブ資産と共に提供すべきコンテンツ項目、例えば広告を識別することができる(410)。コンテンツ項目は、例えばウェブ資産によって満たされるターゲットキーワードおよび掲載場所の基準と関連するコンテンツ項目に基づいて識別することができる。コンテンツ項目は、例えばコンテンツ項目識別エンジン306で識別することができる。

【0082】

任意選択で、処理400は、ターゲットキーワードに関連するコンテンツを有し、掲載場所の基準を満たすウェブ資産と共にコンテンツ項目が提供されるためにエンティティが支払うことをいとわない価格(またはアクション当たりのコスト)を指定するつけ値に基づいて、コンテンツ項目を識別することができる。広告のつけ値は、CPC(Cost Per Click)つけ値、最大CPCつけ値、または1000インプレッション当たりのコスト(CPM(Cost Per Mille))つけ値、または他の任意のタイプの広告のつけ値でよい。広告のつけ値は、識別された任意のウェブページについて有効である一定のつけ値でよい。あるいは、広告のつけ値は、掲載場所の基準に従って変化するつけ値でよい。

10

【0083】

本明細書に記載されている発明および機能動作の実施形態は、本明細書で開示された構造およびその構造的均等物を含む、デジタル電子回路、あるいはコンピュータソフトウェア、ファームウェア、またはハードウェア、あるいはそれらのうちの1つまたは複数の組合せで実装することができる。本明細書に記載されている発明の実施形態は、1つまたは複数のコンピュータプログラム製品、すなわちデータ処理機器で実行するために、またはデータ処理機器の動作を制御するために有形のプログラム担体上に符号化されたコンピュータプログラム命令の1つまたは複数のモジュールとして実装することができる。有形のプログラム担体は、伝播信号またはコンピュータ読み取り可能な媒体でよい。伝播信号は、人工的に生成された信号、例えば情報を符号化するように生成され、適切な受信装置に伝送され、コンピュータで実行される、機械で生成された電氣的、光学的、または電磁的的信号である。コンピュータ読み取り可能な媒体は、機械読み取り可能な記憶装置、機械読み取り可能な記憶担体、メモリ装置、機械読み取り可能な伝播信号をもたらす物質組成、あるいはそれらのうちの1つまたは複数の組合せでよい。

20

30

【0084】

「処理装置」という用語は、例えばプログラム可能なプロセッサ、コンピュータ、あるいは複数のプロセッサまたはコンピュータを含む、データを処理するすべての機器、装置、および機械を包含する。機器は、ハードウェアに加えて、当該コンピュータプログラム用の実行環境を生成するコード、例えばプロセッサファームウェア、プロトコルスタック、データベース管理システム、オペレーティングシステム、あるいはそれらのうちの1つまたは複数の組合せを構成するコードを含むことができる。

【0085】

コンピュータプログラム(プログラム、ソフトウェア、ソフトウェアアプリケーション、スクリプト、またはコードとも呼ばれる)は、コンパイル型言語またはインタプリタ型言語、あるいは宣言型言語または手続型言語を含む任意の形態のプログラミング言語で記述ことができ、スタンドアロンプログラムとして、またはモジュール、コンポーネント、サブルーチンとして、またはコンピューティング環境での使用に適した他の単位としての形態を含む、任意の形態で配備することができる。コンピュータプログラムは、必ずしもファイルシステム内のファイルに対応しない。プログラムは、他のプログラムまたはデータを保持するファイルの一部の中に格納することができる(例えば、マークアップ言語ドキュメント内に格納された1つまたは複数のスクリプト)、当該プログラム専用の単一ファイル内に格納することができる、または複数の協調ファイル(例えば、1つまたは複数のモジュール、サブプログラム、またはコードの各部分を格納するファイル)内に格納す

40

50

ることができる。コンピュータプログラムは、1つのサイトに位置し、または複数のサイトにわたって分散し、通信ネットワークで相互接続される1つまたは複数のコンピュータ上で実行されるように配備することができる。

【0086】

本明細書に記載の処理および論理フローは、入力データを操作し、出力を生成することによって機能を実現するために1つまたは複数のコンピュータプログラムを実行する1つまたは複数のプログラム可能なプロセッサで実現することができる。

【0087】

コンピュータプログラムの実行に適したプロセッサは、例えば、汎用マイクロプロセッサと専用マイクロプロセッサの両方、ならびに任意の種類のデジタルコンピュータの任意の1つまたは複数のプロセッサを含む。一般に、プロセッサは、読み取り専用メモリまたはランダムアクセスメモリあるいはその両方から命令およびデータを受信する。コンピュータの不可欠な要素は、命令を実行するプロセッサと、命令およびデータを格納する1つまたは複数のメモリ装置である。一般に、コンピュータはまた、データを格納する1つまたは複数の大容量記憶装置、例えば磁気ディスク、光磁気ディスク、または光ディスクを含み、あるいは大容量記憶装置からデータを受け取り、または大容量記憶装置にデータを転送し、またはその両方を行うように動作可能に結合される。しかし、コンピュータがそのような装置を有する必要はない。

【0088】

コンピュータプログラム命令およびデータを格納するのに適したコンピュータ読み取り可能な媒体は、例えば半導体メモリ装置、例えばEPROM、EEPROM、およびフラッシュメモリ装置、磁気ディスク、例えば内蔵ハードディスクまたは取外し可能ディスク、光磁気ディスク、ならびにCD-ROMおよびDVD-ROMディスクを含む、すべての形態の不揮発性メモリ、媒体、およびメモリ装置を含む。プロセッサおよびメモリは、専用論理回路を追加することができ、または専用論理回路に組み込むことができる。

【0089】

ユーザとの対話を実現するために、本明細書に記載されている発明の実施形態は、情報をユーザに表示するディスプレイ装置、例えばCRT(陰極線管)またはLCD(液晶ディスプレイ)モニターと、ユーザがそれによってコンピュータに入力を与えることのできるキーボードおよびポインティングデバイス、例えばマウスまたはトラックボールとを有するコンピュータ上で実現することができる。ユーザとの対話を実現するために他の種類の装置を使用することもでき、例えば、ユーザに提供されるフィードバックは、任意の形態の感覚フィードバック、例えば視覚フィードバック、聴覚フィードバック、または触覚フィードバックでよく、ユーザからの入力、音響入力、音声入力、または触覚入力を含む任意の形態で受け取ることができる。

【0090】

本明細書に記載されている発明の実施形態は、例えばデータサーバとしてのバックエンド構成要素を含み、またはミドルウェア構成要素、例えばアプリケーションサーバを含み、またはフロントエンド構成要素、例えばユーザがそれを介して本明細書に記載されている発明の実装と対話することのできるグラフィカルユーザインターフェースまたはウェブブラウザを有するクライアントコンピュータを含み、あるいは1つまたは複数のそのようなバックエンド構成要素、ミドルウェア構成要素、またはフロントエンド構成要素の任意の組合せを含むコンピューティングシステムで実装することができる。システムの構成要素は、任意の形態または媒体のデジタルデータ通信、例えば通信ネットワークで相互接続することができる。通信ネットワークの例は、ローカルエリアネットワーク(「LAN」)および広域ネットワーク(「WAN」)、例えばインターネットを含む。

【0091】

コンピューティングシステムは、クライアントおよびサーバを含むことができる。クライアントおよびサーバは一般に、互いに離れており、通常は通信ネットワークを介して対話する。クライアントとサーバの関係は、それぞれのコンピュータ上で動作するコンピュ

10

20

30

40

50

ータプログラム、および互いのクライアント-サーバ関係を有することによって生じる。

【0092】

本文書は、多数の特定の実装の詳細を含むが、こうした詳細を、何らかの発明の範囲または特許請求される範囲に関する限定と解釈すべきではなく、特定の発明の特定の実施形態に特有でありうる特徴の説明と解釈されたい。別々の実施形態の状況で本明細書に記載のいくつかの特徴は、単一の実施形態で組み合わせて実装することもできる。逆に、単一の実施形態の状況で説明した様々な特徴は、複数の実施形態で別々に実装することもでき、または任意の適切な部分的な組み合わせで実装することもできる。さらに、特徴が一定の組合せで動作するものとして上記で説明されることがあり、さらには当初そのように特許請求されることがあるが、特許請求される組合せのうちの1つまたは複数の特徴は、ある場合には組合せから削除することができ、特許請求される組合せは、部分的な組み合わせまたは部分的な組み合わせの変形を対象とすることがある。

10

【0093】

同様に、図面では動作が特定の順序で示されるが、このことを、望ましい結果を達成するために、そのような動作が図示される特定の順序または順次的順序で実行されること、またはすべての図示される動作が実行されることを必要としていると理解すべきではない。ある環境では、マルチタスキングおよび並列処理が有利であることがある。さらに、上述の実施形態での様々なシステム構成要素の分離を、すべての実施形態でそのような分離を必要としていると理解すべきではなく、一般には記載のプログラム構成要素およびシステムを単一のソフトウェア製品に互いに統合することができ、または複数のソフトウェア製品にパッケージ化することができることを理解されたい。

20

【0094】

本明細書に記載されている発明の特定の実施形態を説明した。他の実施形態が、以下の特許請求の範囲内にある。例えば、特許請求の範囲で列挙される動作を異なる順序で実行し、それでもなお望ましい結果を達成することができる。一例として、添付の図に示される処理は、望ましい結果を達成するために、図示される特定の順序、または順次的な順序を必ずしも必要とするわけではない。ある実装では、マルチタスキングおよび並列処理が有利であることがある。

【符号の説明】

【0095】

- 100 例示的なオンライン広告環境
- 102a 広告主
- 102b 広告主
- 104 広告管理システム
- 106a 発行者
- 106b 発行者
- 108a ユーザ装置
- 108b ユーザ装置
- 112 検索エンジン
- 114 広告データ記憶装置
- 116 キャンペーンデータ記憶装置
- 117 コンテンツネットワーク
- 119 ウェブクロラ
- 120 電子広告文書
- 130 ターゲティングサブシステム
- 200 例示的なキャンペーンユーザインターフェース
- 202 ウェブページ
- 204 掲載場所の基準メニュー
- 206 ステータスウィンドウ
- 208 掲載場所の基準

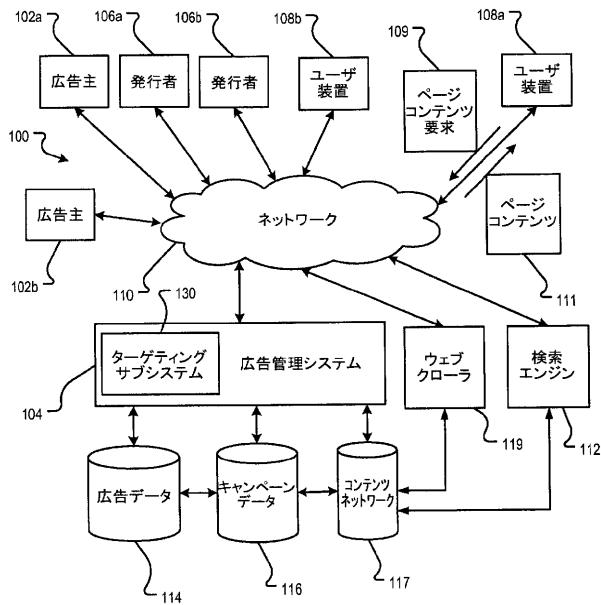
30

40

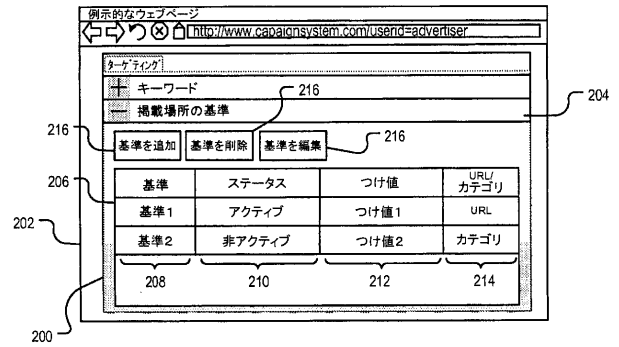
50

- 210 ステータス
- 212 つけ値
- 214 URL/カテゴリ欄
- 216 基準管理ボタン
- 230 キーワードメニュー
- 232 ターゲットキーワード
- 234 関連性欄
- 236 キーワード管理ボタン
- 301 基準記憶装置
- 302 掲載場所識別エンジン
- 304 キーワードエンジン
- 306 コンテンツ項目識別エンジン

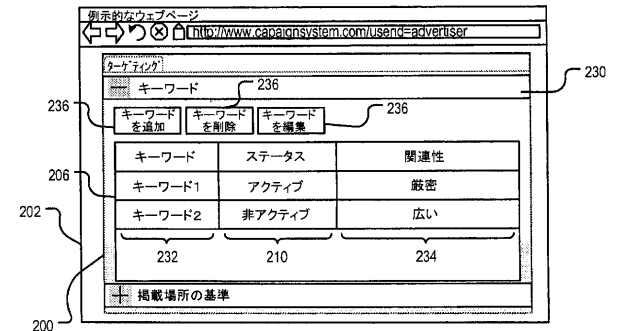
【 図 1 】



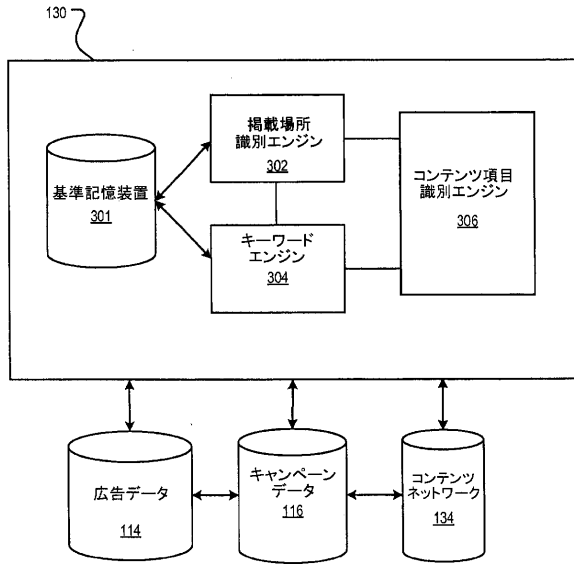
【 図 2 A 】



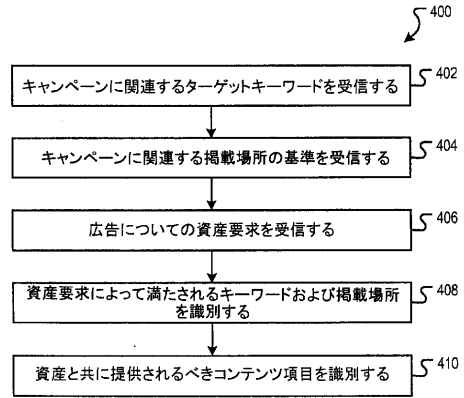
【 図 2 B 】





【 図 3 】



【 図 4 】



【 国際調査報告 】

INTERNATIONAL SEARCH REPORT		International application No. PCT/US2009/030339
A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER		
<i>G06Q 30/00(2006.01)i, G06F 17/30(2006.01)i</i>		
According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC		
B. FIELDS SEARCHED		
Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols) IPC G06Q 30/00, G06F 17/30		
Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched Korean Utility models and applications for Utility models since 1975. Japanese Utility models and applications for Utility models since 1975.		
Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used) PAJ, FPD, USPAT, eKIPASS "Keyword: advertiser, sponsor, campaign, location, content, keyword"		
C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT		
Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
Y	US 20060242013 A1 (SUMIT AGARWAL; BRIAN AXE; DAVID GEHRKING; CHING LAW; ANDREW MAXWELL; GOKUL RAJARAM; LEORA WISEMAN) 26 OCTOBER 2006. See abstract, pages 3-5, 8; claims 1-41; figures 1-11.	1-23
Y	KR 1020050032076 A (LEE, CHANG KYUNG) 06 APRIL 2005. See abstract, pages 2-3; claims 1-6; figures 1-9.	1-23
A	KR 1020060025726 A (KONAN TECHNOLOGY INC.) 22 MARCH 2006. See abstract, claims 1-19; figures 1-12.	1-23
A	US 20050187818 A1 (DAVID ZITO; JOSEPH ESSAS; REZA GHANBARI; YUSUF GOMEL) 25 AUGUST 2005. See abstract, claims 1-33; figures 1-10.	1-23
<input type="checkbox"/> Further documents are listed in the continuation of Box C. <input checked="" type="checkbox"/> See patent family annex.		
* Special categories of cited documents: "A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance "E" earlier application or patent but published on or after the international filing date "L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of citation or other special reason (as specified) "O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means "P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed "T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention "X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone "Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art "&" document member of the same patent family		
Date of the actual completion of the international search 17 JUNE 2009 (17.06.2009)		Date of mailing of the international search report 17 JUNE 2009 (17.06.2009)
Name and mailing address of the ISA/KR  Korean Intellectual Property Office Government Complex-Daejeon, 139 Seonsa-ro, Seo-gu, Daejeon 302-701, Republic of Korea Facsimile No. 82-42-472-7140		Authorized officer KOO, Young Hoi Telephone No. 82-42-481-8376 

INTERNATIONAL SEARCH REPORT
Information on patent family members

International application No.

PCT/US2009/030339

Patent document cited in search report	Publication date	Patent family member(s)	Publication date
US 20060242013 A1	26.10.2006	AU 2005-331031 A1 CA 2605536 A1 CN 101198978 EP 1897044 A2 JP 2008-538625 KR 10-2008-0000680	02.11.2006 02.11.2006 11.06.2008 12.03.2008 30.10.2008 02.01.2008
KR 1020050032076 A	06.04.2005	None.	
KR 1020060025726 A	22.03.2006	None.	
US 2005-187818 A1	25.08.2005	WO 2005-081900 A2 WO 2005-081900 A3	09.09.2005 14.09.2006

フロントページの続き

(81)指定国 AP(BW, GH, GM, KE, LS, MW, MZ, NA, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), EA(AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), EP(AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IS, IT, LT, LU, LV, MC, MK, MT, NL, NO, PL, PT, RO, SE, SI, SK, TR), OA(BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG), AE, AG, AL, AM, AO, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BH, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DO, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, GT, HN, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KM, KN, KP, KR, KZ, LA, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LY, MA, MD, ME, MG, MK, MN, MW, MX, MY, MZ, NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PG, PH, PL, PT, RO, RS, RU, SC, SD, SE, SG, SK, SL, SM, ST, SV, SY, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, ZA, ZM, ZW

(72)発明者 シュリダール・ラマスワミ
アメリカ合衆国・カリフォルニア・95014・クパチーノ・パーレット・プレイス・10131

(72)発明者 アンジェラ・チュンワー・ライ
アメリカ合衆国・カリフォルニア・94040・マウンテン・ビュー・モートン・コート・1190

(72)発明者 マーク・エー・フォルツ
アメリカ合衆国・ワシントン・98103・シアトル・パーク・アヴェニュー・ノース・3635

(72)発明者 アリエル・エイチ・バーディン
アメリカ合衆国・カリフォルニア・94002・ベルモント・ヘイスティングス・ドライブ・2424

(72)発明者 ジュリー・エー・ブラック
アメリカ合衆国・カリフォルニア・94025・メンロ・パーク・エル・カミノ・リアル・405
・#612

(72)発明者 ヨルク・ハイリッグ
アメリカ合衆国・カリフォルニア・94024・ロス・アルトス・ユージニア・ウェイ・2076

(72)発明者 トーマス・アール・スタニス
アメリカ合衆国・カリフォルニア・95070・サラトガ・パセオ・ラド・18628

Fターム(参考) 5B084 AA01 AA11 BA02 BB15 CD02