

(12) 특허협력조약에 의하여 공개된 국제출원

(19) 세계지식재산권기구
국제사무국

(43) 국제공개일
2010년 3월 11일 (11.03.2010)



(10) 국제공개번호
WO 2010/027225 A2

- (51) 국제특허분류:
G06Q 30/00 (2006.01)
- (21) 국제출원번호: PCT/KR2009/005033
- (22) 국제출원일: 2009년 9월 4일 (04.09.2009)
- (25) 출원언어: 한국어
- (26) 공개언어: 한국어
- (30) 우선권정보:
10-2008-0087970 2008년 9월 5일 (05.09.2008) KR
- (71) 출원인 (US 을(를) 제외한 모든 지정국에 대하여): **엔에이치엔비즈니스플랫폼(주) (NHN BUSINESS PLATFORM CORPORATION)** [KR/KR]; 경기도 성남시 분당구 서현동 266-1 퍼스트타워 9층, 463-824 Kyunggi-do (KR).
- (72) 발명자: **김**
- (75) 발명자/출원인 (US 에 한하여): **이윤식 (LEE, Youn Sik)** [KR/KR]; 서울 강남구 청담동 청담두산아파트 101동 706호, 135-100 Seoul (KR). **김동욱 (KIM, Dong Wook)** [KR/KR]; 경기도 성남시 분당구 서현동 시범단지우성아파트 201-230 214동 2002호, 463-773 Gyeonggi-do (KR). **하정수 (HA, Jung Soo)** [KR/KR]; 경기도 용인시 수지구 상현2동 만현마을쌍용1차아

파트 708-1003, 448-521 Gyeonggi-do (KR). **김유원 (KIM, Yu Won)** [KR/KR]; 경기도 성남시 분당구 구미동 무지개마을청구아파트 506동 302호, 463-715 Kyunggi-do (KR).

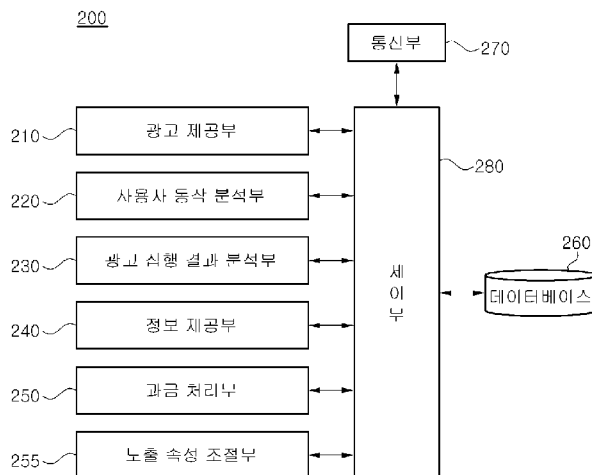
- (74) 대리인: **특허법인에이아이피 (AIP PATENT & LAW FIRM)**; 서울 강남구 역삼동 823-14 신원빌딩 8층, 135-933 Seoul (KR).
- (81) 지정국 (별도의 표시가 없는 한, 가능한 모든 종류의 국내 권리의 보호를 위하여): AE, AG, AL, AM, AO, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BH, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CL, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DO, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, 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, PE, 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.
- (84) 지정국 (별도의 표시가 없는 한, 가능한 모든 종류의 역내 권리의 보호를 위하여): ARIPO (BW, GH, GM, KE, LS, MW, MZ, NA, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), 유라시아 (AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), 유럽 (AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR,

[다음 쪽 계속]

(54) Title: METHOD AND SYSTEM FOR PROVIDING ADVERTISEMENTS, AND COMPUTER-READABLE RECORDING MEDIUM

(54) 발명의 명칭: 광고 제공 방법, 시스템 및 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체

[Fig. 2]



- 210 ... Unit for providing advertisements
220 ... Unit for analyzing user operations
230 ... Unit for analyzing result of advertising
240 ... Unit for providing information
250 ... Unit for processing billing
255 ... Unit for controlling display attribution
260 ... Database
270 ... Communication unit
280 ... Control unit

(57) Abstract: The present invention relates to a method that enables an advertiser to show self-billing information when providing an advertising service, a system thereof, and a computer-readable recording medium. According to one aspect of the invention, provided is an advertising method which comprises: a step for providing the advertiser with a result of online advertising, a step for receiving from the advertiser, based on the result of online advertising, the self-billing information for the online advertisements that have been already published, and a step for processing the billing for the published advertisements based on the self-billing information.

(57) 요약서: 본 발명은 광고 서비스를 제공함에 있어서 광고주로 하여금 광고주의 자율 과금 정보를 제시할 수 있도록 하기 위한 방법, 시스템 및 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체에 관한 것으로서, 본 발명의 일 태양에 따르면, 광고주에게 온라인 광고의 집행 결과 정보를 제공하는 단계 상기 집행 결과 정보에 기반하여 광고주로부터 이미 집행된 상기 온라인 광고에 대한 자율 과금 정보를 입력 받는 단계 및 상기 자율 과금 정보에 기초하여 이미 집행된 광고에 대한 과금을 수행하는 단계를 포함하는 광고 제공 방법이 제공된다.



GB, GR, HR, HU, IE, IS, IT, LT, LU, LV, MC, MK, MT,
NL, NO, PL, PT, RO, SE, SI, SK, SM, TR), OAPI (BF,
BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE,
SN, TD, TG).

공개:

— 국제조사보고서 없이 공개하며 보고서 접수 후 이를
별도 공개함 (규칙 48.2(g))

명세서

광고 제공 방법, 시스템 및 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체 기술분야

- [1] 본 발명은 광고 서비스를 제공함에 있어서 광고주로 하여금 광고의 집행 결과를 참조하여 이미 집행된 광고에 대해 광고주의 자율 과금 정보(과금 기준)를 제시할 수 있도록 하기 위한 방법, 시스템 및 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체에 관한 것으로서, 보다 상세하게는, 이미 집행된 광고 결과에 관한 정보에 기초하여 광고주가 자율 과금 기준을 제시할 수 있도록 함으로써, 광고주와 광고 서비스 제공자의 편익이 증가되도록 하기 위한 방법, 시스템 및 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체에 관한 것이다.

배경기술

- [2] 인터넷 검색을 통한 정보 획득이 보편화되면서, 온라인 광고가 활성화되고 있다. 온라인 광고는 검색 광고, 배너 광고, 문맥 광고 등 여러가지 형태로 제공되고 있다.
- [3] 대표적인 온라인 광고인 검색 광고는, 사용자가 검색 엔진을 사용하여 특정 검색 단어로 검색을 수행하는 경우, 검색 결과 페이지 상의 특정 위치에 광고주의 웹 페이지 주소, 광고 메시지, 광고 이미지 등의 광고 정보(일반적으로 랜딩 페이지로의 링크 포함)가 게재될 수 있도록 하는 광고 기법이다.
- [4] 이러한 검색 광고는 오프라인 상에서의 광고에 비해 그 광고 제공에 대한 이력 정보가 보다 정확하게 집계될 수 있으며, 이러한 광고 제공 이력 정보에 기초한 다양한 과금 모델이 개발되어 왔다. 검색 광고를 포함한 온라인 광고에 있어서 대표적인 과금 모델은 광고를 제공 받은 사용자의 행동 결과에 따라 광고비를 산출하는 CPA(Cost Per Action) 방법, 사용자가 광고 정보를 선택하여 클릭하는 횟수에 따라 광고비를 산출하는 CPC(Cost Per Click) 방법, 사용자에게 광고가 노출되는 횟수에 따라 광고비를 산출하는 CPI(Cost Per Impression) 방법 등이 있다.
- [5] 오프라인 광고(예로서, 신문 광고)에 비해 보다 정확한 광고 제공 이력 정보(성과 지표)에 기초한 상기 과금 모델의 개발에도 불구하고, 여전히 광고주 입장에서는 지출 비용의 산정에 대한 불확실성(리스크)이 존재한다. 예를 들어, CPC 모델 기반의 검색 광고에 있어서 광고 집행 비용은 사용자의 클릭수에 기초하여 계산될 수 있으나, 전체 관찰된 클릭 수에서 어느 정도의 무효 클릭(부정 클릭) 비율을 고려할 것인지에 관한 불확실성이 존재한다. 이러한 무효 클릭에 대한 불확실성은 광고주는 물론 광고를 제공하는 광고 네트워크 운영자에게도 큰 리스크이다. 또한, 광고 노출에 앞서 입력된 입찰 금액을 해당 광고 집행의 순위 정렬과 과금에 모두 적용하는 일반적인 광고 모델에 있어서 광고주는 불확실한 미래의 광고 제공에 대해 제한된 정보에 기초하여 광고

제공에 관여하게 된다.

- [6] 따라서, 광고주가 검색 광고를 이용함에 있어서 보다 직접적으로 광고 효과를 확인할 수 있도록 하는 한편, 이에 따라 광고주가 자유롭게 광고 단가를 제시할 수 있도록 하는 기술의 개발이 필요하다.

발명의 상세한 설명

기술적 과제

- [7] 본 발명은 상술한 종래 기술의 문제점을 해결하는 것을 그 목적으로 한다.
- [8] 또한, 본 발명은 광고주가 보다 직접적으로 광고 집행 결과를 확인할 수 있도록 하는 것을 다른 목적으로 한다.
- [9] 또한, 본 발명은 광고주가 확인한 광고 집행 결과에 기초하여 과금 기준을 자유롭게 제시할 수 있도록 하는 것으로 또 다른 목적으로 한다.
- [10] 또한, 본 발명은 광고 서비스 제공자가 보다 진보된 광고 방법을 적용함으로써 광고주로부터 더욱 신뢰를 얻는 한편, 광고 서비스의 수익성도 증대시킬 수 있도록 하는 것을 또 다른 목적으로 한다.

기술적 해결방법

- [11] 상기 목적을 달성하기 위한 본 발명의 대표적인 구성은 다음과 같다.
- [12] 본 발명의 일 태양에 따르면, 광고주에게 온라인 광고의 집행 결과 정보를 제공하는 단계; 상기 집행 결과 정보에 기반하여 광고주로부터 이미 집행된 상기 온라인 광고에 대한 자율 과금 정보를 입력 받는 단계; 및 상기 자율 과금 정보에 기초하여 이미 집행된 광고에 대한 과금을 수행하는 단계를 포함하는 광고 제공 방법이 제공된다.
- [13] 상기 과금을 수행하는 단계 이후에, 본 실시예에 따른 광고 제공 방법은 상기 자율 과금 정보를 고려하여 상기 광고주와 관련된 온라인 광고의 광고 노출 속성을 조절하는 단계를 더 포함하는 것이 바람직하다.
- [14] 상기 광고는 키워드와 광고주 지정 키워드와의 매칭을 통한 키워드 광고를 포함하는 것이 바람직하다.
- [15] 상기 자율 과금 정보는 상기 광고가 집행되는 단위별로 입력받는 것이 바람직하다.
- [16] 상기 자율 과금 정보는 대상 광고에 대한 식별정보, 자율 과금액, 결제대상 광고 집행 기간에 대한 정보를 포함하는 것이 바람직하다.
- [17] 상기 과금을 수행하는 단계는, 상기 온라인 광고의 집행 결과 정보에 기초하여 예상 과금액을 계산하는 단계; 상기 계산된 예상 과금액이 속하는 과금 가능 범위를 설정하는 단계; 및 상기 광고주로부터 입력받은 자율 과금액이 과금 가능 범위에 속하지 않은 경우 별도의 승인 절차를 수행하는 단계를 포함하는 것이 바람직하다.
- [18] 상기 광고 노출 속성을 조절하는 단계는, 상기 온라인 광고의 집행 결과에 대한 과금 총액에 기초하여 키워드 광고에 대한 순위 지수를 조정하는 것이

바람직하다.

- [19] 상기 순위 지수는 상기 과금 총액을 기대 클릭수(ECC)로 나눈 값인 것이 바람직하다. 여기에서, 기대 클릭수(ECC)는 광고 노출 태양에 따른 기대 클릭 비용(CCR)과 과거 노출시 발생한 광고에 대한 사용자의 클릭수를 곱한 값이다.
- [20] 상기 온라인 광고의 집행 결과 정보는 다수의 사용자에게 의해 수행된 검색 결과 페이지 상에서의 클릭 행위에 의해 수집되는 것이 바람직하다.
- [21] 상기 과금을 수행하는 단계는, 상기 광고주로부터 입력받은 자율 과금액을 그대로 반영하여 광고 집행 비용에 대한 과금 처리를 수행하는 것이 바람직하다.
- [22] 상기 과금을 수행하는 단계는, 상기 광고주 계좌의 잔액 정보를 변경하여 광고 집행 비용에 대한 과금 처리를 수행하는 것이 바람직하다.
- [23] 상기 자율 과금 정보를 입력받는 단계는, 상기 복수의 키워드 중 적어도 일부에 대하여 제시된 자율 과금액이 미리 설정된 적정 과금 기준에 따른 예상 과금액에 비하여 일정 정도 이상 낮은 경우, 상기 광고주로부터 자율 과금액을 다시 제시 받는 단계를 더 포함하는 것이 바람직하다.
- [24] 본 실시예에 따른 광고 제공 방법은 상기 광고 노출 속성을 기준으로 광고를 정렬하는 단계를 더 포함하는 것이 바람직하다.
- [25] 본 발명의 다른 태양에 따르면, 광고주에게 온라인 광고의 집행 결과 정보를 제공하는 정보 제공부; 및 상기 집행 결과 정보에 기반하여 광고주로부터 이미 집행된 상기 온라인 광고에 대한 자율 과금 정보를 입력 받고, 상기 자율 과금 정보에 기초하여 이미 집행된 광고에 대한 과금을 수행하는 과금 처리부를 포함하는 광고 제공 시스템이 제공된다.
- [26] 본 실시예에 따른 광고 제공 시스템은 상기 자율 과금 정보를 고려하여 상기 광고주와 관련된 온라인 광고의 노출 속성을 조절하는 노출 속성 조절부를 더 포함하는 것이 바람직하다.
- [27] 상기 광고는 키워드와 광고주 지정 키워드와의 매칭을 통한 키워드 광고를 포함하는 것이 바람직하다.
- [28] 상기 자율 과금 정보는 상기 광고가 집행되는 단위별로 입력받는 것이 바람직하다.
- [29] 상기 자율 과금 정보는 대상 광고에 대한 식별정보, 자율 과금액, 결제대상 광고 집행 기간에 대한 정보를 포함하는 것이 바람직하다.
- [30] 상기 과금 처리부는, 상기 온라인 광고의 집행 결과 정보에 기초하여 계산된 예상 과금액이 속하는 과금 가능 범위를 설정하고, 상기 광고주로부터 입력받은 자율 과금액이 상기 설정된 과금 가능 범위에 속하지 않은 경우 별도의 승인 절차를 수행하는 것이 바람직하다.
- [31] 상기 노출 속성 조절부는 상기 온라인 광고의 집행 결과에 대한 과금 총액에 기초하여 해당 키워드 광고에 대한 순위 지수를 조정하는 것이 바람직하다.
- [32] 상기 순위 지수는 상기 과금 총액을 기대 클릭수(ECC)로 나눈 값인 것이 바람직하다. 여기에서, 기대 클릭수(ECC)는 광고 노출 태양에 따른 기대 클릭

- 비용(CCR)과 과거 노출시 발생한 광고에 대한 사용자의 클릭수를 곱한 값이다.
- [33] 상기 온라인 광고의 집행 결과 정보는 다수의 사용자에게 의해 수행된 검색 결과 페이지 상에서의 클릭 행위에 의해 수집되는 것이 바람직하다.
- [34] 상기 과금 처리부는, 상기 광고주로부터 입력받은 자율 과금액을 그대로 반영하여 광고 집행 비용에 대한 과금 처리를 수행하는 것이 바람직하다.
- [35] 상기 과금 처리부는, 상기 광고주 계좌의 잔액정보를 변경하여 광고 집행 비용에 대한 과금 처리를 수행하는 것이 바람직하다.
- [36] 상기 과금 처리부는, 상기 복수의 키워드 중 적어도 일부에 대하여 제시된 자율 과금액이 미리 설정된 적정 과금 기준에 따른 예상 과금액에 비하여 일정 정도 이상 낮은 경우, 상기 광고주로부터 자율 과금액을 다시 제시받는 것이 바람직하다.
- [37] 상기 노출 속성 조절부는, 조절된 광고 노출 속성을 기준으로 광고를 정렬하는 것이 바람직하다.
- [38] 이 외에도, 다른 방법, 시스템 및 상기 방법들을 실행하기 위한 컴퓨터 프로그램을 기록하는 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체가 더 제공된다.

유리한 효과

- [39] 본 발명에 따르면, 광고주가 보다 직접적으로 광고 집행 결과를 확인할 수 있게 된다.
- [40] 본 발명에 따르면, 광고주가 확인한 광고 집행 결과에 기초하여 과금 기준(자율 과금 정보)을 제시할 수 있게 된다.
- [41] 본 발명에 따르면, 광고 서비스 제공자가 보다 진보된 광고 방법을 적용함으로써 광고주로부터 더욱 신뢰를 얻게 되는 한편, 광고 서비스의 수익성도 증대시킬 수 있게 된다.

도면의 간단한 설명

- [42] 도 1은 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 방법이 구현되는 환경을 예시한 도면이다.
- [43] 도 2는 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 시스템의 내부 구성을 상세하게 도시한 도면이다.
- [44] 도 3은 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 방법에 참여하는 주체의 관여 태양을 예시한 도면이다.
- [45] 도 4는 본 발명의 일 실시예에 따라 광고주 단말기를 통해 광고주에게 제공되는 인터페이스를 도시한 예시도이다.
- [46] 도 5는 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 시스템의 광고 제공 방법을 설명하기 위한 동작 흐름도이다.
- [47] 도 6 내지 도 8은 키워드의 과금 총액을 이용하여 각각 산정된 순위 지수를 나타낸 표들이다.

발명의 실시를 위한 최선의 형태

[48] 후술하는 본 발명에 대한 상세한 설명은, 본 발명이 실시될 수 있는 특정 실시예를 예시로서 도시하는 첨부 도면을 참조한다. 이들 실시예는 당업자가 본 발명을 실시할 수 있기에 충분하도록 상세히 설명된다. 본 발명의 다양한 실시예는 서로 다르지만 상호 배타적일 필요는 없음이 이해되어야 한다. 예를 들어, 여기에 기재되어 있는 특정 형상, 구조 및 특성은 일 실시예에 관련하여 본 발명의 정신 및 범위를 벗어나지 않으면서 다른 실시예로 구현될 수 있다. 또한, 각각의 개시된 실시예 내의 개별 구성요소의 위치 또는 배치는 본 발명의 정신 및 범위를 벗어나지 않으면서 변경될 수 있음이 이해되어야 한다. 따라서, 후술하는 상세한 설명은 한정적인 의미로서 취하려는 것이 아니며, 본 발명의 범위는, 적절하게 설명된다면, 그 청구항들이 주장하는 것과 균등한 모든 범위와 더불어 첨부된 청구항에 의해서만 한정된다. 도면에서 유사한 참조부호는 여러 측면에 걸쳐서 동일하거나 유사한 기능을 지칭한다.

[49] 이하, 본 발명이 속하는 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자가 본 발명을 용이하게 실시할 수 있도록 하기 위하여, 본 발명의 바람직한 실시예들에 관하여 첨부된 도면을 참조하여 상세히 설명하기로 한다.

[50]

[51] [본 발명의 바람직한 실시예]

[52] 본 실시예에 있어서, 검색 광고는, 사용자가 검색 엔진을 사용하여 특정 검색 단서(예를 들면, 검색 키워드, 검색 카테고리 등)로 검색을 수행한 경우, 검색 결과 페이지 상의 특정 위치에 광고주의 웹 페이지 주소, 광고 메시지(많은 경우, 광고로서의 역할을 수행하는 광고주의 웹 페이지 등으로의 접속을 지원하기 위한 웹 링크 등을 포함함), 광고 이미지 등의 광고 정보가 게재될 수 있도록 하는 광고 기법이나 이를 위한 광고 수단을 총칭하는 것으로서, 특히, 본 실시예에서 언급된 검색 광고는, 사용자가 입력하는 검색 키워드에 따라 검색 사이트가 제공하는 검색 결과와 함께 상기 검색 키워드와 관련된 광고가 노출되도록 하는 키워드 광고(Keyword Advertisement)까지도 포괄하는 최광의의 의미로 이해되어야 한다.

[53] 또한, 본 실시예에서 '자율 과금 정보'는 광고주가 온라인 광고의 집행에 대해 자율적으로 결정한 과금 기준을 의미하며, 그 입력 형태나 단위는 필요에 따라 다양하게 변경될 수 있다.

[54]

[55] 전체 시스템이 구현된 환경

[56] 도 1은 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 방법이 구현되는 환경을 예시한 도면이다.

[57] 도 1에 도시되어 있는 바와 같이, 본 발명의 전체 시스템은 통신망(100), 광고 제공 시스템(200), 광고주 단말기(300), 및 통신망(100)을 통해 광고 제공 시스템(200)에 접속하여 검색 키워드를 입력함으로써 검색 광고를 제공 받을 수 있는 복수의 사용자 단말 장치(400)를 포함하여 구성될 수 있다.

- [58] 통신망(100)은 도 1에 예시된 시스템과 단말기들 사이의 통신을 지원하는 네트워크이다. 통신망(100)을 구성하는 기반 통신 기술의 구성은 본 발명의 구현에 본질적인 영향을 미치지 않는다. 통신망(100)은 유선 및 무선 등과 같은 그 통신 양태를 가리지 않고 구성될 수 있다. 통신망(100)은 시스템 및 단말기 사이에서 정보 교환이 가능하게 하는 어떠한 종류의 통신 기술에 기초하여서도 구성될 수 있다. 또한 정보 교환 과정의 신뢰성 및 보안을 위한 공지의 다양한 기술이 통신망(100)에 적용될 수 있음은 물론이다.
- [59] 광고 제공 시스템(200)은 본 발명의 일 실시예에 따라 통신망(100)을 통해 광고를 제공하는 시스템이다.
- [60] 광고 제공 시스템(200)은 광고주 단말기(300)로부터 광고의 제공 조건에 관한 정보를 입력 받을 수 있다.
- [61] 사용자 단말기(400)로의 광고 제공에 앞서서, 광고주는 해당 광고와 관련된 키워드, 광고가 노출된 사용자를 위한 타게팅 정보, 광고 노출의 제한에 관한 정보 및 사용자에게 제공될 광고의 제목 및 설명 정보 (T&D, Title and Description)등을 입력 받을 수 있다. 광고주 단말기(300)를 통해 입력된 이들 정보는 종래의 입찰 기반 검색 키워드 광고에서와 같이 광고의 노출 기준으로 활용될 수 있다.
- [62] 다만, 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 방법에서 앞으로 집행될 광고에 대한 입찰 금액(BA, bid amount)의 입력이 필요하지 않을 수 있다. 종래의 입찰 방식 키워드 광고에 있어서 광고주의 입찰 금액은 해당 키워드에 대한 복수 광고들 사이의 노출 순위 결정 및 노출 광고에 대한 클릭당 과금액의 산정 기준으로 활용된다. 그러나, 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 방법에서는 노출 순위 결정 및 광고 과금 정산이 광고 집행 이후에 입력되는 '자율 과금액'에 기초하여 수행될 수 있다.
- [63] 광고 제공 시스템(200)은 사용자 단말기(400)로 광고를 제공할 수 있다.
- [64] 사용자 단말기(400)로의 광고 제공 형태는 본 발명에 따른 광고 제공 방법의 구현에 본질적인 영향을 미치지 않는다. 검색 키워드와 광고주 지정 키워드와의 매칭을 통한 검색 키워드 광고, 사용자 단말기(400)로 제공되는 콘텐츠에 수반되어 제공되는 문맥 광고, 지역별 타게팅 정보가 적용되는 배너 광고 등 다양한 형태의 광고 제공 방법이 본 발명의 실시예를 위해 채용될 수 있다. 검색 키워드 광고, 문맥 광고, 광고를 위한 타게팅 옵션 등 종래의 온라인 광고에 관한 설명은 본 발명이 속하는 기술분야에서 통상의 지식을 가진 사람에게 자명한 사항으로 이하 자세한 설명은 생략된다.
- [65] 광고 제공 시스템(200)이 광고 제공에 수반하는 콘텐츠 서비스(예를 들어, 온라인 검색 서비스 및 뉴스 제공 서비스)를 수행할 수 있으나, 별도의 퍼블리싱 시스템이 본 발명의 일 실시예에 따른 광고의 제공에 관여하여 콘텐츠 서비스를 제공함으로써 사용자를 유인할 수도 있다. 퍼블리싱 시스템에 대해서는 추후 상세히 설명될 것이다.

- [66] 광고 제공 시스템(200)은 광고주 단말기(300)로 광고 집행 결과에 대한 정보를 제공할 수 있다.
- [67] 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공과 관하여 광고의 집행에 대한 비용 정산은 광고 집행 이후에 광고주에 의한 자율적 예산 책정에 의하여 수행될 수 있다. 즉, 광고주는 이미 집행된 광고에 대해, 그 자신의 판단에 따라 지불의사가 있는 비용을 '자율 과금액'으로 제시할 권리를 가질 수 있다.
- [68] 광고 제공 시스템(200)은 이러한 광고주의 자율 과금액 제시를 보조하기 위해 집행된 광고에 관한 광고 집행 결과 정보를 제공할 수 있다. 예를 들어, 집행된 광고의 노출 수, 관측 클릭 수(OCC, observed click count), 시간 구간 별 클릭 수, 광고 제공 영역 별 클릭 수 등의 다양한 지표가 광고주의 자율 과금 책정의 보조 자료로 제공될 수 있다.
- [69] 또한, 광고 제공 시스템(200)은 집행된 광고의 관찰 클릭 수 중 유효한 광고 효과가 있다고 판단한 클릭수 즉, 유효 클릭수(utility click count)를 가늠하기 위한 인터페이스를 광고주 단말기(300)를 통해 제공할 수 있다. 이러한 인터페이스를 통해, 광고주는 광고 집행에 관한 클릭 단위의 로그 정보를 참조할 수도 있고, 일정 조건에 해당하는 클릭(예를 들어, 특정한 IP로부터의 클릭, 특정 시간대의 클릭, 일정 주기로 반복되는 클릭 등)을 제외한 유효 클릭수를 파악할 수도 있다.
- [70] 이와 같이 광고 제공 시스템(200)에 의하여 제공된 '광고 집행 결과 정보'에 기초하여 광고주는 자신이 지불할 비용을 판단하고, 그 지불 의사가 있는 금액을 해당 광고에 대한 '자율 과금 정보'로서 광고 제공 시스템(200)으로 전달할 수 있다.
- [71] 광고주는 광고가 집행되는 단위별로 '자율 과금 정보'를 입력할 수 있다. 키워드 단위의 광고의 집행이 이루어지는 경우 광고주는 각 키워드 단위의 집행 광고에 대해 서로 다른 '자율 과금 정보'를 입력할 수 있다. 또한 시간 단위의 광고 집행이 이루어지는 경우 동일한 키워드에 대해서도 집행 시간대 별로 서로 다른 '자율 과금 정보'를 입력할 수 있다.
- [72] 예를 들어, 광고주가 꽃배달, 꽃바구니, 기념일 등의 키워드에 대한 광고를 등록하여 광고 제공 시스템(200)을 통해 제공한 경우, 키워드 꽃배달에 대한 관찰 클릭 수와 키워드 기념일에 대한 관찰 클릭 수가 동일한 경우에도 각 키워드에 대한 비용을 달리 지불할 수 있다.
- [73] 또한, 광고주는 광고 집행의 시간 구간을 지정하여 '자율 과금 정보'를 입력할 수 있다. 예를 들어, 키워드 꽃배달에 대한 광고를 집행하고 있는 여러 광고주가 있는 경우, 어떤 광고주는 주간 단위로 다른 광고주는 월간 단위로 '자율 과금 정보'를 입력할 수 있다. 이와 같이 광고 제공 시스템(200)은 광고주가 '자율 광고 정보'입력시 그 지불 대상 기간을 설정할 수 있도록 허용함으로써, 광고 집행 비용 결제 시기에 관한 보다 높은 자유도를 부여할 수도 있다. 주기적인 결제 시한을 강제하는 것도 가능하다.
- [74] 이와 같이, 광고주 단말기(300)로부터 광고 제공 시스템(200)으로 전달되는

자율 광고 정보는 대상 광고에 대한 식별 정보, 자율 과금액, 결제 대상 광고 집행 기간에 대한 정보들을 포함할 수 있다. 자율 광고 정보에 포함될 정보는 광고 제공 시스템(200)의 구성에 따라 여러 형태로 변경될 수 있다. 예를 들어, 광고주는 결제 대상 광고에 대한 광고 과금 총액을 입력할 수도 있으며, 관찰 클릭 수에 대한 클릭당 과금액을 입력할 수도 있다. 또한, 클릭당 단가가 어떤 값으로 이미 설정되어 있는 경우라면, 결제 대상 광고에 대한 관찰 클릭 수중 유효한 클릭 수를, 자율 과금 정보로서, 입력할 수 있다.

- [75] 광고 제공 시스템(200)은 광고주 단말기(300)로부터 입력 받은 광고주의 자율 과금 정보에 기초하여 이미 집행된 광고에 대한 과금을 수행할 수 있다.
- [76] 종래의 CPC 모델에 기반한 검색 키워드 광고의 과금은 광고 노출에 대한 사용자들의 클릭 정보와 광고 노출 이전에 광고주로부터 입력된 입찰 금액에 기초하여 수행된다. 이러한 검색 키워드 광고의 과금은 광고주를 위한 계좌 정보를 데이터베이스에 유지하고 광고 노출 및 사용자의 클릭에 따라 결정된 최종 과금액을 광고주 계좌 정보에 반영함으로써 수행될 수 있다.
- [77] 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 방법에 있어서도, 이와 유사하게 광고 제공 시스템(200)은 광고주와 관련된 계좌 정보를 데이터베이스에 저장하고 광고 집행 후에, 광고주 계좌의 잔액 정보를 변경함으로써 광고 집행 비용을 과금할 수 있다. 다만, 종래의 CPC 검색 키워드 광고에서의 과금 과정과는 달리 본 발명의 일 실시예에 따른 과금액은 광고주가 광고 집행 이후 입력한 '자율 과금 정보'에 기초하여 결정된다.
- [78] 일 예로, 동일한 상품 판매 페이지에 대해 복수 개의 키워드를 대상으로 11월부터 2개월간 광고를 집행한 광고주는, 2달간의 광고 제공에 대한 통계 정보를 제공 받을 수 있다. 제공된 통계 정보에 따르면, 11월의 관찰 클릭수는 3,000회 12월의 관찰 클릭수는 4,000회이다. 그러나, 관찰 클릭수의 증가에도 불구하고 11월 매출이 12월의 매출보다 높은 경우 (12월 초의 교체 키워드가 매출에 관계 없는 클릭 수만을 증가시킨 경우) 광고주는 11월 광고 집행에 대해 총액 \$5,500을 자율 과금액으로, 12월 광고 집행에 대해서는 총액 \$4,500을 자율 과금액으로 집행할 수 있다. 이 경우, 자율 과금액은 키워드 단위가 아닌 광고 대상 상품 판매 페이지에 관한 전체 캠페인에 대한 지불 비용이다. 광고 제공 시스템(200)은 광고주로부터의 자율 과금액에 기초하여 광고주 계좌에서 \$10,000을 감액한다.
- [79] 또 다른 예로, 배너 광고를 집행한 광고주가 그 배너의 노출 회수, 배너에 대한 클릭 수를 광고 제공 시스템(200)으로부터 제공받고, 배너 광고가 게시된 1주일의 시간에 대해 3,000달러를 자율 과금액으로 입력한 경우, 광고 제공 시스템(200)은 광고주 계좌의 잔액을 3,000 달러 만큼 감소시킴으로써 해당 배너 광고에 대한 광고 과금을 수행할 수 있다.
- [80] 예시와 같이, 광고 제공 시스템(200)은 광고주로부터의 자율 과금 정보를 전적으로 신뢰하고 이를 실제 과금 정보에 그대로 반영할 수 있다. 이와 같이,

광고주로부터의 자율 과금 정보에 기초하여 과금을 수행하는 경우, 종래 CPC 기반 검색 키워드 광고 과금에서의 불확실성(예를 들어, 무효 또는 부정 클릭의 비율, 과금액 산정에 반영되는 광고 품질 지수 기준의 모호함 등)이 제거될 수 있다.

[81] 한편, 키워드 단위의 광고 집행에 있어서, 광고 제공 시스템(200)은 광고주의 과거 광고 집행 결과 정보에 기초하여 광고주가 자율적으로 설정할 수 있는 자율 과금액의 한계를 설정할 수 있다.

[82] 일 예로, 광고 제공 시스템(200)은 해당 광고주의 광고 집행 결과 정보에 기초하여 예상 과금액을 계산할 수 있으며, 그 예상 과금액이 속하는 자율 과금 가능 범위를 설정함으로써 광고 과금에서의 불확실성을 줄일 수 있다. 예상 과금액의 계산은 과거 광고 집행 예산의 가중 이동 평균 등에 기초하여 계산될 수 있으며, 시간의 경과에 따른 가중치가 계산 과정에서 고려될 수 있다. 가중치는 계절별, 요일별로 반복 패턴을 반영하거나 최근의 집행 예산이 더 큰 영향력을 갖도록 설계될 수 있다.

[83] 또 다른 예로, 마지막으로 집행된 광고 예산 규모를 기준으로 일정 수준 이상의 급격한 변화는 허용하지 않는 형태의 제한이 가해질 수도 있다.

[84] 앞서 언급된 이러한 자율 과금 정보 설정에 대한 제한들의 적용에 있어서, 해당 조건을 벗어나는 자율 과금 정보의 입력 자체를 허용하지 않을 수도 있다. 또한, 제한 조건에 위배되는 자율 과금 정보의 입력은 허용하되 별도의 승인 절차를 두는 형태의 유연한 운용 역시 가능하다.

[85] 광고 제공 시스템(200)은 광고주 단말기(300)로부터 입력 받은 광고주의 자율 과금 정보에 기초하여 장래의 광고 노출 속성을 조절할 수 있다.

[86] 예를 들어, 광고가 키워드 단위로 주간 단위로 집행되고 과금되는 경우를 가정한다. 광고 제공 시스템(200)은 해당 광고 집행 주가 경과한 후, 해당 키워드와 관련된 광고주의 광고에 대한 집행 결과를 제공한다. 광고주는 광고 집행 결과 정보를 참조하여 지난 광고 집행 주간에 대한 해당 키워드 광고에 대해 지불 의사가 있는 과금액을 입력한다. 광고주가 입력한 금액에 기초하여 광고주의 계좌에서 과금 총액(예외 처리 프로세스를 통한 과금액 조정 가능)을 감액한다. 동일한 키워드에 대해 광고주가 다음 주에도 계속 광고 집행을 원하는 경우 지난 광고 집행 주간에 대한 과금 총액에 기초하여 해당 키워드 광고에 대한 순위 지수를 조정할 수 있다.

[87] 이상에서 언급한 순위 지수는 다음과 같은 수학식 1 및 수학식 2로 표현될 수 있다.

[88] 수학식 1

$$\text{순위지수}(RI) = \text{과금총액} / \text{기대클릭수}(ECC)$$

[89] 수학식 2

기대클릭수(ECC) = 광고노출대량에 따른 기대클릭비율(CCR) × 과거노출시 발생한 광고에 대한 사용자의 클릭수?

- [90] 여기에서, 기대 클릭 비율(CCR, Click Count Ratio)은 기대 클릭비이다.
- [91] 위 수학식1에 의한 순위 지수는 장래의 광고 노출에 있어서 기대되는 클릭당 단가를 예측하기 위한 지표로 이해될 수 있으며, 이러한 순위 지수를 기준으로 광고를 정렬함으로써 장래의 광고 집행에 대한 과금액이 최대화되는 것을 기대할 수 있다.
- [92] 예로, 순위 지수는 해당 광고가 광고 집행 대비 발생시킬 것으로 예상하는 매출액에 기초하는 함수로 계산될 수 있다. 즉, 클릭당 발생 예상 단가가 아닌 매출 예상 총액에 비례하는 순위 지수가 적용될 수 있다.
- [93] 이와 같이, 순위 지수는 장래에 노출될 광고에 대한 매출과 관련된 다양한 예상 지표를 통해 계산될 수 있으며, 이러한 예상 지표의 산정에 있어 고려되는 과거 광고 집행 결과에는 시간에 따른 가중치가 적용될 수 있다.
- [94] 이상의 순위 지수는 단순한 하나의 예시에 불과하며, 광고주가 입력한 자율 광고 정보에 기초하여 광고 집행에 따른 장래의 매출 비용을 최적화하기 위한 다양한 순위 지수가 도입될 수 있다.
- [95] 이와 같은 순위 지수는 광고의 집행 결과에 대한 지표들로 구성될 수 있으며, 광고와 광고 노출 페이지 사이의 관련성 등을 반영하는 품질 지수를 고려하지 않고서도 순위 지수를 산출할 수 있다. 광고의 제목 및 설명(T&D)의 적절성, 광고를 통해 판매되는 상품 서비스의 품질 등에 관한 지표 즉, 품질 지수도 순위 지수에 고려될 수 있으나, 광고주와의 관계에서 문제될 수 있는 품질 지수의 계산 과정의 불확실성 등을 제거하기 위해 품질 지수를 배제한 한 형태의 순위 지수 계산으로도 충분히 본 발명의 일 실시예를 구현 가능하다.
- [96] 본 발명의 일 실시예에 따르면, 광고 제공 시스템(200)은 광고주 단말기(300)로부터 광고 제공에 관한 의뢰를 받을 때에 광고주가 광고를 게재하기를 희망하는 복수의 키워드에 관한 정보를 함께 수신할 수도 있다. 예를 들어, 광고주가 꽃 배달 서비스 업체인 경우, 상기 복수의 키워드는 "꽃 배달", "꽃 바구니", "기념일", "축하 선물" 등과 같을 수 있다.
- [97] 이 경우, 광고 제공 시스템(200)은 사용자 단말 장치(400)의 사용자가 상기 키워드들 중 어느 하나를 입력할 때에 상기 광고주의 웹 페이지 등을 노출시키기 위한 광고 정보를 상품 판매 페이지 상에 게재할 수 있다. 다만, 본 발명의 다른 실시예에 따르면, 광고 제공 시스템(200)은 광고 제공을 의뢰한 광고주의 업종, 규모, 광고 예산 등을 고려하여 광고주의 광고 정보의 게재를 위한 검색 키워드를 자체적으로 정할 수도 있다.
- [98] 광고 제공 시스템(200)에 의하여 제공되는 광고는 광고 시스템에 의하여 제어되는 웹 페이지 또는 별도의 퍼블리셔 시스템(미도시)에 의하여 제어되는 웹 페이지를 통해 사용자 단말 장치(400)로 제공될 수 있다.
- [99] 이와 같은 광고 제공 시스템(200)은 콘텐츠 검색 엔진을 포함하여, 사용자가 입력한 검색 키워드에 대해 다양한 콘텐츠와 함께 광고 정보를 포함하는 검색 결과 페이지를 제공할 수 있는 인터넷 포털 사이트 또는 기타 검색 사이트의

운영 서버일 수 있다.

- [100] 본 발명의 일 실시예에 따른 광고주 단말기(300)는 광고주가 광고 제공 시스템(200)에 접속한 후 통신할 수 있도록 하는 기능을 포함하는 디지털 기기를 포함할 수 있다. 이러한 디지털 기기는 산업용 서버일 수도 있으나, 개인용 컴퓨터일 수도 있다. 개인용 컴퓨터의 예로서는, 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 워크스테이션, PDA, 웹 패드, 이동 전화기 등을 들 수 있다. 이상 예시된 것 외에도, 메모리 수단을 구비하고 마이크로 프로세서를 탑재하여 연산 능력을 갖춘 디지털 기기라면 얼마든지 본 발명에 따른 광고주 단말기(300)를 구성하는 디지털 기기로서 채택될 수 있다.
- [101] 구체적으로는, 광고주 단말기(300)는 광고주가 광고 제공 시스템(200)에 광고의 제공 조건에 관한 정보를 입력할 수 있도록 하거나, 광고 제공에 이용하기 위한 복수의 키워드를 선정할 수 있도록 하거나, 키워드별로 광고 집행 결과를 확인할 수 있도록 하거나, 확인된 광고 집행 결과에 기초하여 키워드에 대한 자율 과금액을 제시할 수 있도록 하기 위한 애플리케이션 프로그램 또는 프로그램 모듈을 포함할 수 있다. 이러한 애플리케이션 프로그램 또는 프로그램 모듈은 광고 제공 시스템(200)으로부터 전송된 것일 수 있다.
- [102] 한편, 광고주 단말기(300)는 광고주가 상품이나 서비스를 제공하기 위하여 운영하는 홈페이지 운영 서버로 대체될 수도 있다.
- [103] 본 발명의 일 실시예에 따른 사용자 단말 장치(400)는 사용자가 통신망(100)을 통하여 광고 제공 시스템(200)에 접속한 후 통신할 수 있도록 하는 기능을 포함하는 디지털 기기로서, 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 워크스테이션, PDA, 웹 패드, 이동 전화기 등과 같이 메모리 수단을 구비하고 마이크로 프로세서를 탑재하여 연산 능력을 갖춘 디지털 기기라면 얼마든지 본 발명에 따른 사용자 단말 장치(400)로서 채택될 수 있다. 또한, 사용자 단말 장치(400)에는 콘텐츠를 제공 받을 수 있도록 하는 웹 브라우저(미도시됨) 프로그램이 더 포함되어 있을 수 있다.
- [104] 앞서 언급된 바와 같이, 도 1에서는 도시되지 않았으나 별도의 퍼블리싱 시스템이 본 발명의 일 실시예에 따른 광고의 제공에 관여할 수 있다.
- [105] 예를 들어, 사용자 단말기(400)가 어떤 검색 사이트를 방문하여 질의어를 입력하는 경우, 사용자 단말기(400)로 제공되는 검색 결과 페이지에는 해당 질의어와 관련된 검색 광고가 제공될 수 있다.
- [106] 이러한 검색 광고는 광고 제공 시스템(200)에 의하여 검색 결과 페이지에 포함된 형태로 제공될 수 있으나, 검색 결과 페이지를 구성과 관련된 기능들 전부가 광고 제공 시스템(200)에 의하여 지원되어야만 하는 것은 아니다.
- [107] 사용자 단말기(400)의 질의어에 대한 응답으로서의 검색 결과 페이지를 제공하는 시스템은 광고 제공 시스템(200)과 별도 구성된 검색 엔진 시스템일 수 있다. 광고 제공 시스템(200)은 이러한 검색 엔진 시스템으로 광고 제공 요청을 전달받아 사용자 단말기(400)에서 입력된 질의어와 관련된 광고를 검색 결과

페이지에 포함된 형태로 제공할 수 있다.

[108] 앞서 설명된 광고 제공 형태에서, 검색 엔진 시스템은 결과적으로 광고를 배포(publishing)하는 페이지를 구성하므로, 해당 광고에 대한 퍼블리싱 시스템으로 호칭될 수 있다.

[109] 퍼블리싱 시스템의 다른 예로서, 뉴스 사이트 제공 시스템 및 블로그 호스팅 시스템 등이 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 시스템(200)과의 통신을 통해 사용자 단말기(400)로 광고를 제공할 수 있다.

[110] 이러한 경우, 뉴스 기사 또는 블로그 포스팅과 같은 콘텐츠를 사용자 단말기(400)로 제공하는 퍼블리싱 시스템은 그 콘텐츠와 관련된 광고의 제공을 광고 제공 시스템(200)으로 요청할 수 있다. 이러한 요청의 응답하여, 광고 제공 시스템(200)은 사용자 단말기(400)로 제공될 광고 정보를 콘텐츠 제공 페이지의 일부 영역을 통해 제공할 수 있다.

[111] 즉, 사용자 단말기(400)로 제공될 콘텐츠와 광고가 서로 다른 시스템에 의하여, 하나의 콘텐츠 제공 페이지를 통해, 제어될 수 있다. 콘텐츠와 광고 사이의 매칭에 관하여는 공지의 문맥 광고 및 키워드 광고와 관련된 기술들이 사용될 수 있다. 광고 매칭에 대한 자세한 설명은 본 발명이 속하는 기술 분야에서 통상의 지식을 가진 사람에게 자명한 사항으로, 이하 생략한다.

[112] 한편, 이와 같은 퍼블리싱 시스템이 광고 제공에 개입하는 경우, 제공되는 광고에 대한 사용자의 반응(클릭 등)에 대한 이력 정보는 퍼블리싱 시스템에 의하여 수집되어 광고 제공 시스템(200)으로 전달될 수도 있으며, 광고 제공 시스템(200)에 의하여 직접 수집될 수도 있다.

[113]

[114] 광고 제공 시스템의 구성

[115] 이하에서는, 본 발명의 구현을 위하여 중요한 기능을 수행하는 광고 제공 시스템(200)의 내부 구성 및 각 구성요소의 기능에 대하여 살펴보기로 한다.

[116] 도 2는 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 시스템(200)의 내부 구성을 상세하게 도시한 도면이다.

[117] 도 2에 도시되어 있는 바와 같이 본 발명의 광고 제공 시스템(200)은 광고 제공부(210), 사용자 동작 분석부(220), 광고 집행 결과 분석부(230), 정보 제공부(240), 과금 처리부(250), 노출 속성 조절부(255), 데이터베이스(260), 통신부(270) 및 제어부(280)를 포함하여 구성될 수 있다.

[118] 본 발명의 일 실시예에 따르면, 광고 제공부(210), 사용자 동작 분석부(220), 광고 집행 결과 분석부(230), 정보 제공부(240), 과금 처리부(250), 노출 속성 조절부(255), 데이터베이스(260), 통신부(270) 및 제어부(280)는 그 중 적어도 일부가 광고주 단말기(300) 및 사용자 단말 장치(400)와 통신하는 프로그램 모듈들일 수 있다.

[119] 이러한 프로그램 모듈들은 운영 시스템, 응용 프로그램 모듈 및 기타 프로그램 모듈의 형태로 광고 제공 시스템(200)에 포함될 수 있으며, 물리적으로는 여러

가지 공지의 기억 장치 상에 저장될 수 있다.

[120] 또한, 이러한 프로그램 모듈들은 광고 제공 시스템(200)과 통신 가능한 원격 기억 장치에 저장될 수도 있다.

[121] 한편, 이러한 프로그램 모듈들은 본 발명에 따라 후술할 특정 업무를 수행하거나 특정 추상 데이터 유형을 실행하는 루틴, 서브루틴, 프로그램, 오브젝트, 컴포넌트, 데이터 구조 등을 포괄하지만, 이에 제한되지는 않는다.

[122] 먼저, 광고 제공부(210)는 사용자 단말 장치(400)에 광고를 제공하는 기능을 수행할 수 있다. 즉, 사용자 단말 장치(400)의 사용자가 광고 제공 시스템(200)에 의해 운영되는 운영 사이트를 통해 키워드를 입력하면, 해당 키워드에 대응하는 광고 정보를 검색 결과 페이지에 포함시켜서 이를 사용자에게 제공한다. 이때, 광고 제공부(210)는 각 키워드와 매칭되어 있는 광고주의 광고 정보를 저장하고 있는 데이터베이스(260)를 참조할 수 있다.

[123] 다음으로, 사용자 동작 분석부(220)는 광고를 제공 받은 사용자가 사용자 단말기(400)를 통해 어떠한 동작 (behavior)을 하는지를 파악하는 기능을 수행할 수 있다. 구체적으로 설명하면, 사용자는 광고 제공 시스템(200)에 의해 운영되는 운영 사이트에 키워드를 입력함으로써 여러 광고주에 관한 광고 정보를 제공 받을 수 있는데, 사용자 동작 분석부(220)는 이때에 사용자가 나타내는 동작(예를 들면, 광고 정보에 대한 사용자 클릭 등)을 분석할 수 있다.

[124] 이러한 사용자 동작 분석은 사용자의 광고 정보 선택 행위가 일어난 검색 결과 페이지의 식별 정보[예를 들면, URL(Uniform Resource Locator) 정보]를 파악하여 저장하는 과정을 포함할 수 있다. 또한, 사용자 동작 분석은 사용자가 검색 결과 페이지 상에서 선택한 광고 정보와 해당 광고주의 식별 정보(예를 들면, 광고주 식별 번호, 광고주의 웹 페이지의 URL 등), 해당 검색 결과 페이지에 대응되는 검색 키워드 중 적어도 일부를 서로 대응시켜 저장하는 과정을 포함할 수 있다.

[125] 앞서 언급한 바와 같이, 별도의 퍼블리싱 시스템이 사용자로의 광고 노출에 관여하는 경우, 광고에 대한 사용자의 반응 정보는 그 퍼블리싱 시스템에 의하여 수집된 후, 광고 제공 시스템에 입력될 수도 있다. 또한, 퍼블리싱 시스템이 사용자 단말 장치(400)로 제공하는 광고 노출 페이지(검색 광고에 관해서는 검색 결과 제공 페이지, 뉴스 사이트 등에서 배너 광고가 노출되는 메인 페이지 등 다양한 형태를 포함)의 일부 영역에 대한 제어 권한을 광고 시스템이 가지는 경우, 사용자의 클릭 정보는 곧바로 광고 제공 시스템(200)으로 전달될 수도 있다. 이러한 사용자 동작(반응)에 대한 정보는 광고 제공 로그의 형태로써 데이터베이스(260)에 저장될 수 있다.

[126] 광고 집행 결과 분석부(230)는 사용자 동작 분석부(220)에 의해 수집된 사용자의 동작에 관한 데이터를 기초로 하여 각 광고주가 선택한 복수의 키워드별로 광고 집행 결과를 분석하는 기능을 수행할 수 있다. 즉, 광고 집행 결과 분석부(230)는, 사용자 동작 분석부(220)에 의해 저장된 정보를 참조함으로써 각 키워드가 해당 광고주의 광고가 사용자에게 노출되도록 하는

것에 얼마나 많은 기여를 했는가를 분석할 수 있다.

[127] 예를 들면, 광고주가 꽃 배달 서비스를 제공하는 업체인 경우, 사용자가 "꽃 배달"이라는 키워드를 입력함에 따라 제공되는 상기 광고주의 광고 정보가 선택된 횟수와, 사용자가 "꽃 바구니"라는 키워드를 입력함에 따라 제공되는 상기 광고주의 광고 정보가 선택된 횟수가 각각 구별되어 산출될 수 있다.

[128] 광고 집행 결과 분석부(230)는 데이터베이스(260)에 저장된 광고 집행 로그 정보에 기초하여 광고주에게 제공할 광고 집행에 관한 성과 지표를 생성할 수 있다. 해당 광고에 대한 클릭 수, 시간에 따른 클릭 수의 변화율, 관찰된 클릭 중 무효 클릭으로 의심되는 클릭에 대한 통계 등 다양한 형태의 성과 지표는 데이터베이스(260)에 저장될 수 있다.

[129] 정보 제공부(240)는 광고 집행 결과 분석부(230)에 의해 획득된 정보, 즉 광고 집행 결과에 대한 정보를 광고주 단말기(300)에 제공하는 기능을 수행할 수 있다. 즉, 정보 제공부(240)는, 광고 집행 결과 분석부(230)에 의해 산출된 키워드마다의 광고 정보 선택 횟수에 관한 정보가 해당 광고주 단말기(300)에 전송되도록 하는 기능을 수행할 수 있다. 이와 함께, 정보 제공부(240)는, 광고주가 후술하는 바와 같은 소정의 광고주 인터페이스를 통해 각 키워드마다 광고주의 자율 과금 정보를 제시하면, 제시된 자율 과금 정보를 후술하는 과금 처리부(250)에 전송하는 기능을 더 수행할 수 있다. 자율 과금 정보는 광고가 집행되는 단위별로 광고주로부터 입력받을 수 있으며, 자율 과금 정보에는 대상 광고에 대한 식별정보, 자율 과금액, 결제대상 광고 집행 기간에 대한 정보를 포함할 수 있다.

[130] 본 발명의 일 실시예에 따르면, 과금 처리부(250)는 광고주 단말기(300)로부터 제시된 키워드별 광고주의 자율 과금액을 그대로 반영함으로써 광고주 단말기(300)에 결제 처리를 요청하거나 광고주의 예치금 등을 이용하여 공지의 과금 처리를 수행할 수 있다.

[131] 본 발명의 다른 실시예에 따르면, 과금 처리부(250)는 광고주 단말기(300)으로부터 제시되는 키워드별 자율 과금액을 적절히 참조하여 과금 절차를 마무리할 수 있다.

[132] 예를 들면, 과금 처리부(250)는, 광고주가 광고 집행 결과에 비해 너무 적은 금액을 자율 과금액으로서 제시한 경우에는 해당 자율 과금액을 거부하고 광고주가 적절한 자율 과금액을 재입력하도록 할 수 있다(예를 들면, 후술하는 적정 과금 기준의 50%에 못 미치는 자율 과금액이 제시된 경우에는 이를 거부할 수 있다). 또한, 다른 예를 들면, 과금 처리부(250)는, 광고주가 제시한 자율 과금액과 해당 키워드에 대하여 광고 서비스 제공자에 의해 미리 설정된 적정 과금 기준에 따른 예상 과금액을 비교하여 더 단가가 높은 쪽 또는 낮은 쪽을 과금 처리에 필요한 최종적인 자율 과금액으로서 결정할 수도 있다. 또한, 또 다른 예를 들면, 과금 처리부(250)는, 광고주가 제시한 자율 과금액과 해당 키워드에 대하여 광고 서비스 제공자에 의해 미리 설정된 적정 과금 기준에 따른

예상 과금액의 평균 값을 최종적인 자율 과금액으로서 결정할 수도 있다. 예상 과금액은 광고의 집행 결과 정보에 기초하여 계산될 수 있다.

- [133] 이상에서, 소위 적정 과금 기준을 산정하는 방법에 관하여는 본 출원인의 한국특허출원 제2008-66701호의 발명을 참고할 수 있다. 여기에서, 상기 출원 명세서에는 그 전체로서 본 실시예에 편입된 것으로 간주되어야 한다.
- [134] 본 발명의 다른 실시예에 따르면, 과금 처리부(250)는 각 과금 주기마다 광고주의 자율 과금액을 제시 받아 이를 적용할 수 있다. 다음 과금 주기까지의 광고 서비스 제공에 있어서, 각 광고주가 해당 키워드에 대하여 제시한 자율 과금액이 큰 순서에 따라 광고주들의 광고 정보의 광고 목록 상에서의 노출 순위가 결정되도록 할 수 있으며, 광고 노출 순위를 포함하는 광고 노출 속성은 노출 속성 조절부(255)에 의하여 조절될 수 있다.
- [135] 한편, 본 발명의 또 다른 실시예에 따르면, 과금 처리부(250)는 각 과금 주기마다 광고주의 자율 과금액을 제시 받아 이를 적용하되, 다음의 일정한 기간 동안의 광고 서비스 제공 시에는, 특정 키워드에 대하여 지나치게 낮은 자율 과금액을 제시한 광고주의 광고 정보는 해당 검색 결과 페이지에 게재되지 않도록 광고 제공부(210)에 지시할 수도 있다.
- [136] 노출 속성 조절부(255)는 상술된 자율 과금 정보를 고려하여 광고주와 관련된 온라인 광고의 노출 속성을 조절할 수 있다. 즉, 노출 속성 조절부(255)는 광고 집행 결과 이후에 광고주로부터 제시된 자율 과금액을 이용하여 산정된 과금 총액에 비례하게 순위 지수를 산정할 수 있으며, 산정된 순위 지수에 따라 장래에 노출될 광고를 정렬하여 제공할 수 있다. 순위 지수는 상술된 수학적 1 및 수학적 2에 의해 산정될 수 있으며, 장래에 노출될 광고에 대한 매출과 관련된 다양한 예상 지표들 통해 산정될 수도 있다.
- [137] 노출 속성 조절부(255)에 의하여 계산된 순위 지수, 순위 지수에 기초한 광고 노출 순위 등은 데이터베이스(260)에 저장되어 관리될 수 있으며, 저장된 순위 지수, 노출 순위는 광고 제공부(210)에 의하여 참조되어 앞으로 집행될 광고에 대한 정렬기준으로 사용될 수 있다.
- [138] 한편, 온라인 광고는 키워드 단위 또는 캠페인 단위로 관리될 수 있으며, 그 관리단위에 따른 식별 정보가 부여되어 데이터베이스(260)에 저장될 수 있다. 광고 제공 시스템(200)을 구성하는 각 부분들은 이러한 식별정보를 이용하여 원하는 정보를 참조할 수 있다.
- [139] 한편, 노출 속성 조절부(255)에 의하여 조절되는 광고 노출 속성이 광고 노출 순위, 노출 순위의 기준이 되는 순위 지수에 한정되는 것은 아니다. 검색 결과 페이지를 통해 전달되는 광고 정보의 표시 자체에 관한 속성, 예를 들어 표시 폰트, 폰트의 크기, 배경 영역의 색상 변경 등 특정 광고 정보를 동일 키워드에 대한 다른 광고들과 차별화된 형태로 제공하기 위한 광고 노출 속성 역시 노출 속성 조절부(255)에 의하여 제어될 수 있다.
- [140] 따라서, 광고주로부터 제시받은 자율 과금액이 높을수록 순위 지수도 높아지기

때문에, 광고 집행 결과에 따라 키워드에 여러 광고들 중에서 해당 광고의 자율 과금액이 다른 광고들에 비하여 상대적으로 낮은 경우 미리 정해진 노출 순위에서 벗어날 확률이 높을 수 있다.

- [141] 본 발명의 일 실시예에 따른 통신부(270)는 광고 제공 시스템(200)에 의해 분석된 키워드별 광고 집행 결과에 관한 정보를 광고주 단말기(300)에 전송하는 기능을 수행할 수 있고, 광고주 단말기(300)으로부터 광고주가 제시하는 자율 과금액 또는 자율 과금 정보를 수신하는 기능을 수행할 수 있다. 전체적으로, 통신부(270)는 광고 제공 시스템(200)과 데이터의 송수신이 가능하도록 하는 기능을 수행할 수 있다.
- [142] 본 발명의 일 실시예에 따른 제어부(280)는 광고 제공부(210), 사용자 동작 분석부(220), 광고 집행 결과 분석부(230), 정보 제공부(240), 과금 처리부(250), 노출 속성 조절부(255), 데이터베이스(260) 및 통신부(270) 간의 데이터의 흐름을 제어하는 기능을 수행할 수 있다.
- [143] 즉, 본 발명에 따른 제어부(280)는 외부로부터의 또는 광고 제공 시스템(200)의 각 구성요소 간의 데이터의 흐름을 제어함으로써, 광고 제공부(210), 사용자 동작 분석부(220), 광고 집행 결과 분석부(230), 정보 제공부(240), 과금 처리부(250), 노출 속성 조절부(255), 데이터베이스(260) 및 통신부(270)에서 각각 고유 기능을 수행하도록 제어할 수 있다.

[144]

[145] 본 발명의 이용 예

- [146] 이하에서는, 본 발명의 일 실시예에 따라, 광고주가 광고주 단말기(300)을 통해 키워드별 광고 집행 결과에 관한 정보를 제공 받고, 이에 기초하여 키워드별로 광고주의 자율 과금액을 제시하는 구체적인 경우에 관하여 설명하기로 한다.

- [147] 도 3은 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 방법에 참여하는 주체의 관여 태양을 예시한 도면이다.

- [148] 앞서 다른 도면들을 참조하여 설명된 바와 같이, 사용자 단말 장치(400)으로 광고 제공은 광고의 등록, 광고의 노출, 그리고 노출된 광고에 대한 과금의 순서로 진행될 수 있다.

- [149] 광고의 등록 과정에서 광고주는 광고의 노출을 위해 필요한 정보를 광고 제공 시스템(200)으로 전달할 수 있다. 일반적인 검색 키워드 광고에서와 같이 광고주는 키워드 단위로 광고를 등록하고, 키워드 단위로 광고 노출 조건을 다르게 설정할 수 있다.

- [150] 광고의 노출 프로세스에서, 광고 제공 시스템(200)은 어떤 키워드에 관한 광고가 어떤 웹 페이지를 통해 노출될 지를 결정할 수 있다. 또한, 동일한 키워드에 대해 복수개의 광고가 경합하는 경우 광고 제공 시스템(200)은 그들간의 광고 노출 순위를 결정할 수 있다. 광고 노출 순위는 각 광고별로 계산된 순위 지수(RI, ranking index)를 이용하여 결정될 수 있다. 순위 지수는 노출될 광고에 대한 기대 클릭 수(ECC)와 광고주가 입력한 자율 과금 정보(일

예로, 키워드 광고에 대한 비용 총액 또는 클릭당 단가)에 기초하여 산출될 수 있다. 한편, 광고 제공 시스템(200)은 광고주의 자율 과금 정보 입력에 대한 판단 근거로서 광고 집행 결과 정보(예를 들어, 관찰 클릭 수)를 제공할 수 있다.

[151]

[152] 도 4는 본 발명의 일 실시예에 따라 광고주 단말기(300)를 통해 광고주에게 제공되는 인터페이스의 일례를 나타낸다. 광고주 단말기(300)는 광고 제공 시스템(200)으로부터 제공되는 광고 집행 결과에 관한 정보를 클릭 수의 단위로 표시하고 이에 기초하여 광고주가 키워드별로 자율 과금액을 제시할 수 있도록 하기 위한 애플리케이션 프로그램 또는 프로그램 모듈을 포함할 수 있는데, 도 4의 인터페이스는 이러한 애플리케이션 프로그램 또는 프로그램 모듈에 의해 표시될 수 있다. 물론, 이러한 인터페이스는 반드시 별개의 프로그램이나 프로그램 모듈에 의해 표시되어야 하는 것은 아니고, 광고 제공 시스템(200)으로부터 제공되는 웹 페이지의 형태로 구현될 수도 있다.

[153] 도 4의 인터페이스는, 도시된 바와 같이, 키워드별 광고 집행 결과 표시창(310) 및 자율 과금액 제시창(320)을 포함할 수 있다.

[154] 광고 집행 결과 표시창(310)에는 광고 제공 시스템(200)으로부터 전송되는 검색 결과 페이지 상에서 광고주의 광고 정보에 대한 사용자 클릭이 이루어진 횟수가 키워드별로 표시될 수 있다. 각 키워드별 사용자 클릭의 횟수는 도 4에 도시되는 바와 같이 그래프 형태로 표시될 수 있으나, 이러한 표시의 양태는 얼마든지 당업자에 의해 변경될 수 있다. 즉, 상기 표시는 숫자, 표, 그림 등 다양한 형태로 이루어질 수 있다. 광고 집행 결과 표시창(310)에 표시되는 정보는 소정의 단위 기간 동안 집계된 정보일 수 있다.

[155] 한편, 자율 과금액 제시창(320)에는 광고주가 원하는 자율 과금액을 입력할 수 있도록 하는 입력창(321)이 각 키워드별로 제공된다. 광고주는 광고 집행 결과 표시창(310)을 통해 제공되는 광고 집행 결과 정보를 기초로 하여 자신이 생각하기에 적절한 과금액을 입력창(321)에 입력할 수 있다.

[156] 이후, 광고주는 자율 과금액 제시창(320)에 구비되어 있는 결정(322) 버튼을 클릭함으로써 자신이 제시하고자 하는 과금액에 관한 정보를 광고 제공 시스템(200)에 전송할 수 있다.

[157]

[158] 이와 같은 구성을 갖는 광고 제공 시스템의 광고 제공 방법을 도 5를 참조하여 설명하면 다음과 같다.

[159] 도 5는 본 발명의 일 실시예에 따른 광고 제공 시스템의 광고 제공 방법을 설명하기 위한 동작 흐름도이다.

[160] 먼저, 광고 제공 시스템(200)은 사용자 단말 장치(400)의 사용자에게 의해 입력되는 키워드에 따라 광고 서비스를 제공할 수 있도록 광고주 단말기(300)로부터 광고의 제공 조건을 입력받는다(S101). 이때, 광고 제공 시스템(200)은 광고주가 광고를 게재하기를 희망하는 복수의 키워드에 관한

정보를 수신할 수 있고, 광고 제공을 의뢰한 광고주의 정보, 예컨대 업종, 규모, 광고 예산 등을 고려하여 복수의 키워드를 자체적으로 정할 수도 있다. 광고 제공 시스템(200)은 광고주로부터 광고에 관한 키워드 외에도 광고가 노출된 사용자를 위한 타케팅 정보, 광고 노출의 제한에 관한 정보, 및 광고의 제목 및 설명정보 등을 입력받을 수 있다.

- [161] 다음, 광고 제공 시스템(200)은 사용자 단말 장치(400)의 사용자에게 의한 키워드의 입력에 이어서 사용자가 나타내는 클릭 등과 같은 사용자 동작 분석을 저장한다(S103). 여기에서, 사용자 동작 분석은 광고 집행 기간 동안 수집되는 이력 정보로, 광고를 제공받은 사용자가 사용자 단말기(400)를 통해 어떠한 동작을 하는지를 파악하여 저장하는 과정을 포함할 수 있다.
- [162] 상술한 S103 단계 이후에, 광고 집행 기간이 지정되어 있는 경우 지정된 광고 집행 기간내에 발생하는 사용자 동작 분석을 저장하는 프로세스를 수행한다. 다만, 지정된 광고 집행 기간이 지나면 이미 집행된 광고의 사용자 동작에 관한 기초 데이터를 분석할 수도 있다. 광고 집행 기간은 일단위, 주단위, 월단위, 또는 시단위 등으로 지정할 수 있으며, 광고주의 필요에 따라 분단위로 지정할 수도 있다.
- [163] 다음, 광고 제공 시스템(200)은 수집된 사용자 동작 분석에 관한 데이터를 기초로 하여 각 키워드별 해당 광고주의 광고가 사용자에게 얼마나 노출되었는지를 나타내는 광고 집행 결과를 분석한다(S105).
- [164] 다음, 광고 제공 시스템(200)은 분석된 광고 집행 결과에 관한 정보를 광고주 단말기(300)에 제공한다(S107). 광고 집행 결과 정보는 이미 집행된 광고에 대한 결과, 즉 집행된 광고의 노출수, 관측 클릭수, 시간 구간별 클릭수 등 다양한 지표를 포함할 수 있다.
- [165] 다음, 광고 제공 시스템(200)은 제공된 광고 집행 결과 정보에 의거하여 광고주 단말기(300)로부터 입력받은 자율 과금액을 수신한다(S109).
- [166] 다음, 광고 제공 시스템(200)은 수신된 자율 과금액을 반영하여 이미 집행된 광고에 대한 과금 총액을 광고주 단말기(300)에 결제 처리를 요청하거나, 광고주 계좌정보 등을 이용하여 과금 처리를 수행한다(S111). 이때, 광고주와 관련된 계좌정보를 데이터베이스(260)에 저장하고 광고 집행 후에 광고주 계좌의 잔액 정보를 변경함으로써, 광고 집행 비용을 과금할 수 있다.
- [167] 다음, 광고 제공 시스템(200)은 이미 집행된 광고에 대한 결제 처리된 과금 총액을 기초로 광고 노출 속성을 조절한다(S113). 광고 노출 속성은 지난 광고 집행 비용의 과금 총액에 기초하여 키워드 광고에 대한 순위 지수를 포함할 수 있다. 순위 지수는 과금 총액에 비례하게 산정될 수 있으며, 도 6에서 보듯이 과금 총액을 기대 클릭수(ECC)로 나눈 값으로 산정되거나, 도 7에서 보듯이 과금 총액을 총 클릭수로 나눈 값으로 산정되거나, 도 8에서 보듯이 과금액을 일정수로 나눈 값으로 산정될 수 있다.
- [168] 다음, 광고 제공 시스템(200)은 산정된 순위 지수에 근거하여 장래에 노출될

광고를 정렬한다(S115). 광고 제공 시스템(200)은 이와 같이 조절된 노출 속성에 따라 검색 결과 페이지를 제공하기 때문에, 순위 지수가 낮은 경우 특히, 광고주의 자율 과금액이 다른 광고들에 비하여 낮은 경우에 미리 정해진 노출순위를 벗어날 수 있으므로, 적정 과금 범위 내에서 광고주가 자율 과금액을 제시하는 것이 바람직하다.

- [169] 도면으로 도시하지는 않았으나, 상기 S115 단계 이후에 광고 제공 시스템(200)은 광고 집행 기간이 만료되었는지 여부를 판단할 수 있으며, 광고 집행 기간이 만료되지 않은 경우, 다음 광고 집행 주기의 광고를 집행하는 프로세스들을 수행할 수 있다. 광고 집행 기간이 만료된 경우는 광고주의 제공조건에 따른 광고 제공을 종료하는 것으로 구현할 수도 있다.
- [170] 나아가, 광고 제공 시스템(200)은 광고주로 하여금 키워드의 교체가 요청된 경우, 키워드를 교체할 수 있도록 예컨대 키워드 교체용 입력창을 제공할 수 있으며, 그 입력창을 통하여 입력된 교체용 키워드를 광고 서비스에 반영시킬 수 있다.
- [171] 본 실시예에서, 광고 제공 시스템(200)은 광고주의 광고 제공조건에 따른 키워드에 대한 광고 집행 결과를 광고주 단말기(300)에 제공하는 것으로 설명하고 있으나, 추가적으로 키워드의 유사 키워드에 대한 광고 집행 결과도 광고주 단말기(300)에 제공할 수도 있다. 이에 따라, 광고주는 유사 키워드에 대한 광고 집행 결과를 보고 클릭수가 높은 유사 키워드를 도입할 수도 있다.
- [172] 이상 설명된 본 발명에 따른 실시예들은 다양한 컴퓨터 구성요소를 통하여 수행될 수 있는 프로그램 명령어의 형태로 구현되어 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체에 기록될 수 있다. 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체는 프로그램 명령어, 데이터 파일, 데이터 구조 등을 단독으로 또는 조합하여 포함할 수 있다. 상기 기록 매체에 기록되는 프로그램 명령어는 본 발명을 위하여 특별히 설계되고 구성된 것이거나 컴퓨터 소프트웨어 분야의 당업자에게 공지되어 사용 가능한 것일 수도 있다. 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체의 예에는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체, CD-ROM, DVD 등과 같은 광기록 매체, 플롭티컬 디스크(floptical disk)와 같은 자기-광 매체(magneto-optical media) 및 ROM, RAM, 플래시 메모리 등과 같은, 프로그램 명령어를 저장하고 수행하도록 특별히 구성된 하드웨어 장치가 포함된다. 프로그램 명령어의 예에는 컴파일러에 의해 만들어지는 것과 같은 기계어 코드뿐만 아니라 인터프리터 등을 사용해서 컴퓨터에 의해서 실행될 수 있는 고급 언어 코드도 포함된다. 상기 하드웨어 장치는 본 발명에 따른 처리를 수행하기 위해 하나 이상의 소프트웨어 모듈로서 작동하도록 구성될 수 있으며, 그 역도 마찬가지이다.
- [173] 이상에서 본 발명이 구체적인 구성요소 등과 같은 특정 사항들과 한정된 실시예 및 도면에 의해 설명되었으나, 이는 본 발명의 보다 전반적인 이해를 돕기 위해서 제공된 것일 뿐, 본 발명이 상기 실시예들에 한정되는 것은 아니며, 본 발명이 속하는 분야에서 통상적인 지식을 가진 자라면 이러한 기재로부터

다양한 수정 및 변형을 꾀할 수 있다.

- [174] 따라서, 본 발명의 사상은 상기 설명된 실시예에 국한되어 정해져서는 아니되며, 후술하는 특허청구범위뿐만 아니라 이 특허청구범위와 균등하게 또는 등가적으로 변형된 모든 것들은 본 발명의 사상의 범주에 속한다고 할 것이다.

청구범위

- [1] 온라인 광고를 제공하는 방법으로서,
광고주에게 온라인 광고의 집행 결과 정보를 제공하는 단계;
상기 집행 결과 정보에 기반하여 광고주로부터 이미 집행된 상기 온라인
광고에 대한 자율 과금 정보를 입력 받는 단계; 및
상기 자율 과금 정보에 기초하여 이미 집행된 광고에 대한 과금을 수행하는
단계를
포함하는 광고 제공 방법.
- [2] 청구항 1에 있어서,
상기 과금을 수행하는 단계 이후에,
상기 자율 과금 정보를 고려하여 상기 광고주와 관련된 온라인 광고의 광고
노출 속성을 조절하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공
방법.
- [3] 청구항 1에 있어서,
상기 광고는 키워드와 광고주 지정 키워드와의 매칭을 통한 키워드 광고를
포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 방법.
- [4] 청구항 1에 있어서,
상기 자율 과금 정보는 상기 광고가 집행되는 단위별로 입력받는 것을
특징으로 하는 광고 제공 방법.
- [5] 청구항 1에 있어서,
상기 자율 과금 정보는 대상 광고에 대한 식별정보, 자율 과금액, 결제대상
광고 집행 기간에 대한 정보를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공
방법.
- [6] 청구항 1에 있어서,
상기 과금을 수행하는 단계는,
상기 온라인 광고의 집행 결과 정보에 기초하여 예상 과금액을 계산하는
단계;
상기 계산된 예상 과금액이 속하는 과금 가능 범위를 설정하는 단계; 및
상기 광고주로부터 입력받은 자율 과금액이 과금 가능 범위에 속하지 않은
경우 별도의 승인 절차를 수행하는 단계를 포함하는 것을 특징으로 하는
광고 제공 방법.
- [7] 청구항 2에 있어서,
상기 광고 노출 속성을 조절하는 단계는, 상기 온라인 광고의 집행 결과 에
대한 과금 총액에 기초하여 키워드 광고에 대한 순위 지수를 조정하는 것을
특징으로 하는 광고 제공 방법.
- [8] 청구항 7에 있어서,
상기 순위 지수는 상기 과금 총액을 기대 클릭수(ECC)로 나눈 값인 것을

특징으로 하는 광고 제공 방법.

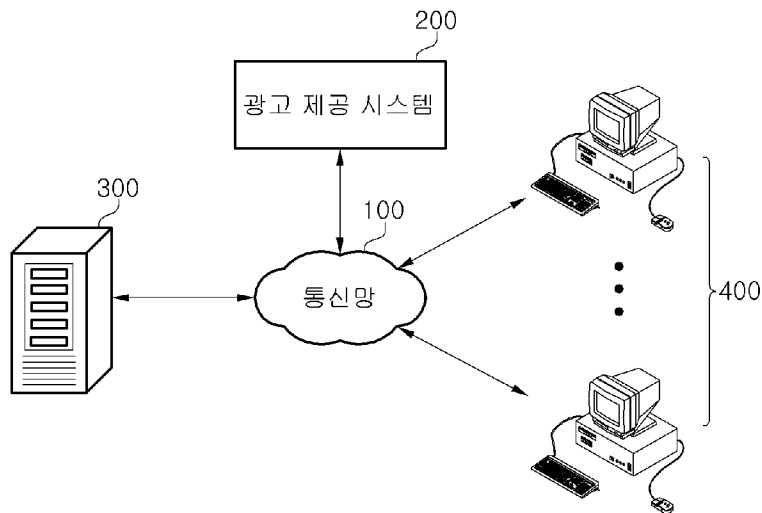
(여기에서, 기대 클릭수(ECC)는 광고 노출 태양에 따른 기대 클릭 비용(CCR)과 과거 노출시 발생한 광고에 대한 사용자의 클릭수를 곱한 값임)

- [9] 청구항 1에 있어서,
상기 온라인 광고의 집행 결과 정보는 다수의 사용자에게 의해 수행된 검색 결과 페이지 상에서의 클릭 행위에 의해 수집되는 것을 특징으로 하는 광고 제공 방법.
- [10] 청구항 1에 있어서,
상기 과금을 수행하는 단계는,
상기 광고주로부터 입력받은 자율 과금액을 그대로 반영하여 광고 집행 비용에 대한 과금 처리를 수행하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 방법.
- [11] 청구항 1에 있어서,
상기 과금을 수행하는 단계는,
상기 광고주 계좌의 잔액 정보를 변경하여 광고 집행 비용에 대한 과금 처리를 수행하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 방법.
- [12] 청구항 1에 있어서,
상기 자율 과금 정보를 입력받는 단계는,
상기 복수의 키워드 중 적어도 일부에 대하여 제시된 자율 과금액이 미리 설정된 적정 과금 기준에 따른 예상 과금액에 비하여 일정 정도 이상 낮은 경우, 상기 광고주로부터 자율 과금액을 다시 제시 받는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 방법.
- [13] 청구항 2에 있어서,
상기 광고 노출 속성을 기준으로 광고를 정렬하는 단계를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 방법.
- [14] 광고주에게 온라인 광고의 집행 결과 정보를 제공하는 정보 제공부; 및
상기 집행 결과 정보에 기반하여 광고주로부터 이미 집행된 상기 온라인 광고에 대한 자율 과금 정보를 입력 받고, 상기 자율 과금 정보에 기초하여 이미 집행된 광고에 대한 과금을 수행하는 과금 처리부를 포함하는 광고 제공 시스템.
- [15] 청구항 14에 있어서,
상기 자율 과금 정보를 고려하여 상기 광고주와 관련된 온라인 광고의 노출 속성을 조절하는 노출 속성 조절부를 더 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
- [16] 청구항 14에 있어서,
상기 광고는 키워드와 광고주 지정 키워드와의 매칭을 통한 키워드 광고를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
- [17] 청구항 14에 있어서,

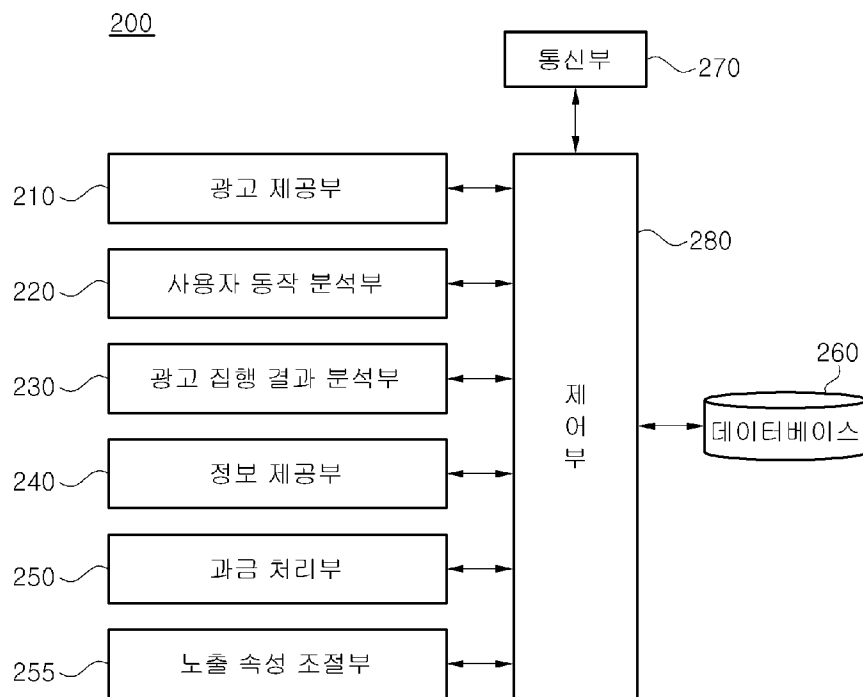
- 상기 자율 과금 정보는 상기 광고가 집행되는 단위별로 입력받는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
- [18] 청구항 14에 있어서,
상기 자율 과금 정보는 대상 광고에 대한 식별정보, 자율 과금액, 결제대상 광고 집행 기간에 대한 정보를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
- [19] 청구항 14에 있어서,
상기 과금 처리부는,
상기 온라인 광고의 집행 결과 정보에 기초하여 계산된 예상 과금액이 속하는 과금 가능 범위를 설정하고, 상기 광고주로부터 입력받은 자율 과금액이 상기 설정된 과금 가능 범위에 속하지 않은 경우 별도의 승인 절차를 수행하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
- [20] 청구항 15에 있어서,
상기 노출 속성 조절부는 상기 온라인 광고의 집행 결과에 대한 과금 총액에 기초하여 해당 키워드 광고에 대한 순위 지수를 조정하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
- [21] 청구항 20에 있어서,
상기 순위 지수는 상기 과금 총액을 기대 클릭수(ECC)로 나눈 값인 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
(여기에서, 기대 클릭수(ECC)는 광고 노출 태양에 따른 기대 클릭 비용(CCR)과 과거 노출시 발생한 광고에 대한 사용자의 클릭수를 곱한 값임)
- [22] 청구항 14에 있어서,
상기 온라인 광고의 집행 결과 정보는 다수의 사용자에게 의해 수행된 검색 결과 페이지 상에서의 클릭 행위에 의해 수집되는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
- [23] 청구항 14에 있어서,
상기 과금 처리부는,
상기 광고주로부터 입력받은 자율 과금액을 그대로 반영하여 광고 집행 비용에 대한 과금 처리를 수행하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
- [24] 청구항 14에 있어서,
상기 과금 처리부는,
상기 광고주 계좌의 잔액정보를 변경하여 광고 집행 비용에 대한 과금 처리를 수행하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.
- [25] 청구항 14에 있어서,
상기 과금 처리부는,
상기 복수의 키워드 중 적어도 일부에 대하여 제시된 자율 과금액이 미리 설정된 적정 과금 기준에 따른 예상 과금액에 비하여 일정 정도 이상 낮은

- 경우, 상기 광고주로부터 자유편 과금액을 다시 제시받는 것을 특징으로 하는
광고 제공 시스템.
- [26] 청구항 15에 있어서,
상기 노출 속성 조절부는,
조절된 광고 노출 속성을 기준으로 광고를 정렬하는 것을 특징으로 하는
광고 제공 시스템.
- [27] 제1항 내지 제13항 중 어느 한 항에 따른 방법을 실행하기 위한 컴퓨터
프로그램을 기록하는 컴퓨터 판독 가능한 기록 매체.

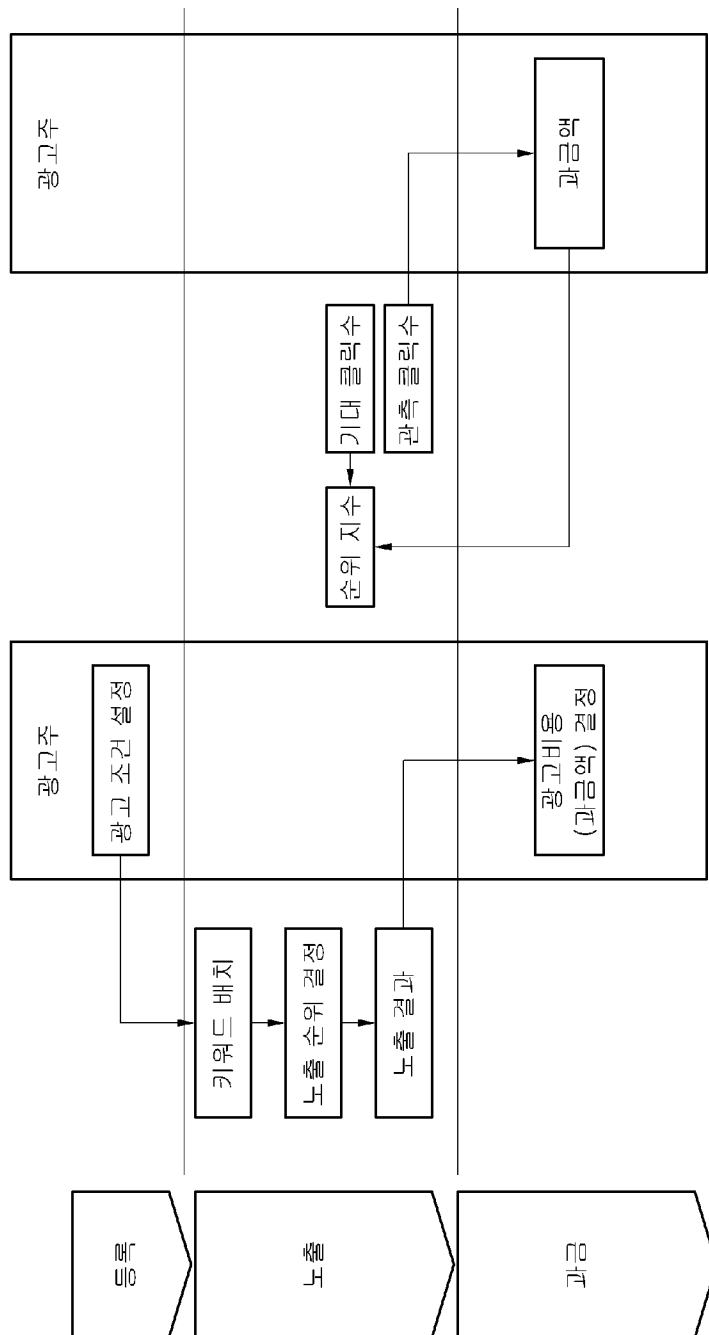
[Fig. 1]



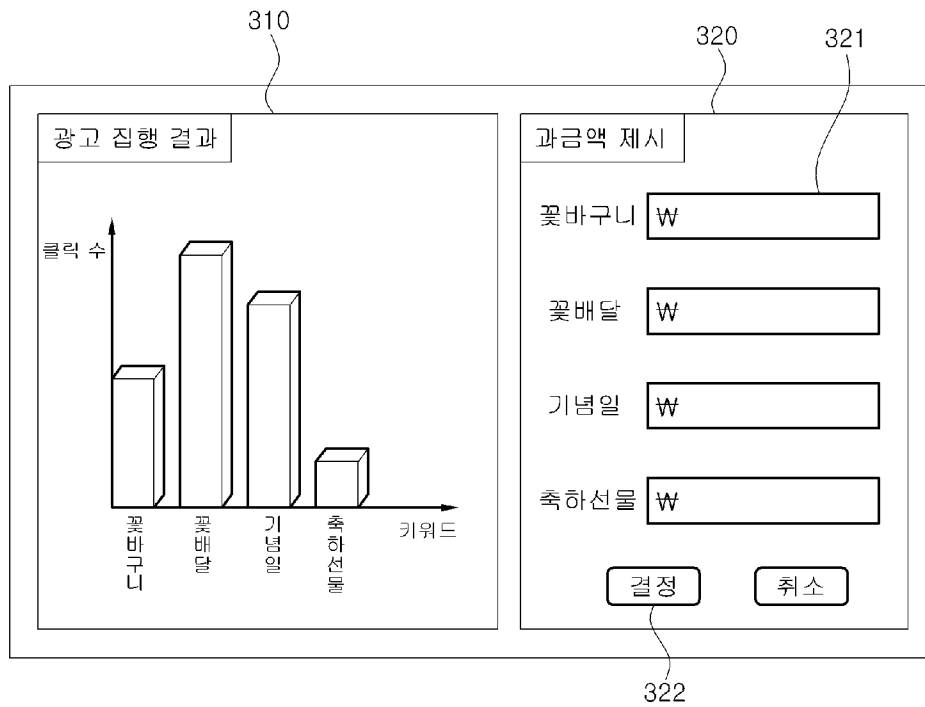
[Fig. 2]



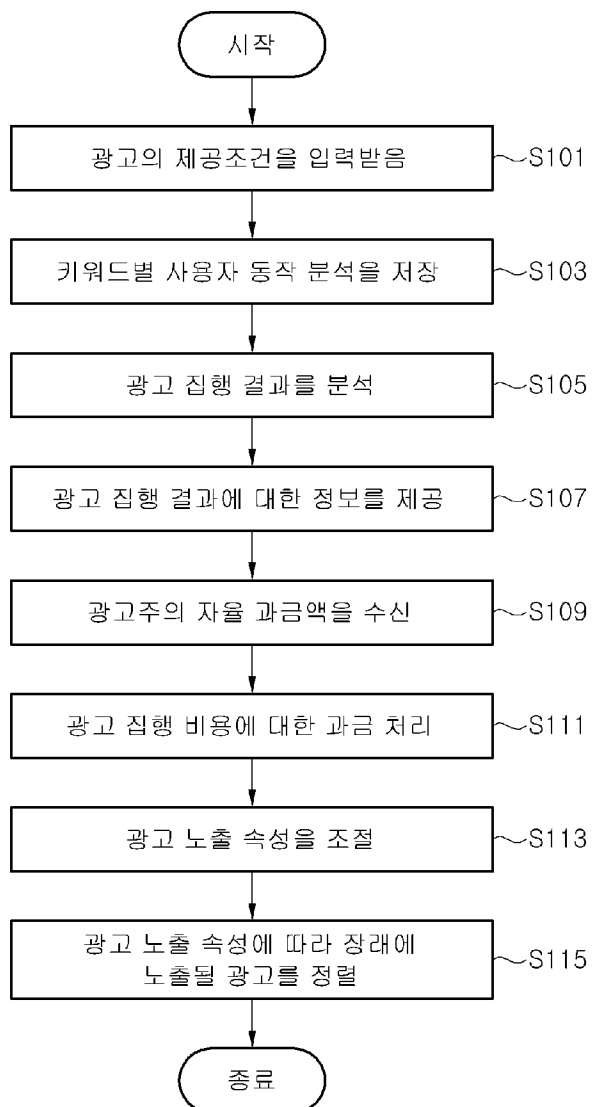
[Fig. 3]



[Fig. 4]



[Fig. 5]



[Fig. 6]

	노출순위	ECC	과금액	순위지수	변경된 노출순위
광고 A	1순위	500	10,000	20	2
광고 B	2순위	300	2,000	6.7	4
광고 C	3순위	200	5,000	25	1
광고 D	4순위	100	1,000	10	3

[Fig. 7]

	노출순위	과금 총액	클릭 수	순위지수	변경된 노출순위
광고 A	1순위	200,000	10,000	20	2
광고 B	2순위	13,400	2,000	6.7	4
광고 C	3순위	125,000	5,000	25	1
광고 D	4순위	10,000	1,000	10	3

[Fig. 8]

	노출순위	과금액	순위지수	변경된 노출순위
광고 A	1순위	10,000	10	1
광고 B	2순위	2,000	2	3
광고 C	3순위	5,000	5	2
광고 D	4순위	1,000	1	4