

(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2013-530456

(P2013-530456A)

(43) 公表日 平成25年7月25日 (2013.7.25)

(51) Int.Cl.	F I	テーマコード (参考)
G 0 6 Q 30/02 (2012.01)	G 0 6 Q 30/02 1 5 0	
G 0 6 Q 30/08 (2012.01)	G 0 6 Q 30/08	

審査請求 未請求 予備審査請求 未請求 (全 17 頁)

(21) 出願番号 特願2013-512154 (P2013-512154) (86) (22) 出願日 平成23年5月24日 (2011. 5. 24) (85) 翻訳文提出日 平成25年1月24日 (2013. 1. 24) (86) 国際出願番号 PCT/US2011/037730 (87) 国際公開番号 W02011/149930 (87) 国際公開日 平成23年12月1日 (2011. 12. 1) (31) 優先権主張番号 12/788, 566 (32) 優先日 平成22年5月27日 (2010. 5. 27) (33) 優先権主張国 米国 (US)	(71) 出願人 500046438 マイクロソフト コーポレーション アメリカ合衆国 ワシントン州 9805 2-6399 レッドモンド ワン マイ クロソフト ウェイ (74) 代理人 100140109 弁理士 小野 新次郎 (74) 代理人 100075270 弁理士 小林 泰 (74) 代理人 100096013 弁理士 富田 博行 (74) 代理人 100092967 弁理士 星野 修 (74) 代理人 100147991 弁理士 鳥居 健一
---	---

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 イベントベースの広告ターゲティング

(57) 【要約】

本発明の実施例により、広告主は、ユーザーの購買行動に影響を与え得るイベントの発生に基づいてユーザーに広告をターゲティングすることができる。広告主は、広告のターゲティングに使用されるイベントを指定することができる。イベントの影響の領域が決定され、広告は影響の領域内に位置するユーザーをターゲットとする。

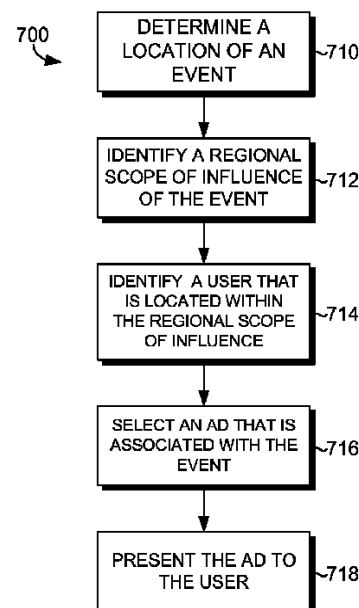


FIG. 7.

【特許請求の範囲】**【請求項 1】**

実行されると、

ユーザーの外部のイベントに基づいてユーザーに第 1 の広告を提示するための、第 1 の広告主からの第 1 の入札を受信するステップであって、前記イベントはユーザーの購入に影響を与える可能性がある状況を含み、前記第 1 の入札は、前記第 1 の広告がイベントの近傍内のユーザーに提示される場合の前記第 1 の広告の第 1 の価格を含む、ステップと、

ユーザーに前記第 1 の広告を提示するための第 2 の入札を前記第 1 の広告主から受信するステップであって、前記第 2 の入札は、前記第 1 の広告がイベントの近傍の外のユーザーに提示される場合の前記第 1 の広告の第 2 の価格を含む、ステップと、

10

ユーザーの位置を決定するステップと、

前記ユーザーの位置に基づいて、ユーザーが前記イベントの近傍内にいるかどうかを決定するステップと、

ユーザーが前記イベントの近傍内にいる場合、広告をターゲティングする目的で前記第 1 の入札を使用するステップと、

ユーザーが前記イベントの近傍の外にいる場合、広告をターゲティングする目的で前記第 2 の入札を使用するステップと

を含む広告ターゲティングの方法を実行するコンピューター実行可能命令を有する 1 つ又は複数のコンピューター記憶媒体。

【請求項 2】

20

前記方法が、ユーザーが前記イベントの近傍内にいる場合に、前記第 1 の広告をユーザーに提示し、前記第 1 の広告主に前記第 1 の価格を請求するステップをさらに含む請求項 1 に記載の媒体。

【請求項 3】

前記方法が、ユーザーが前記イベントの近傍の外にいる場合に、前記第 1 の広告をユーザーに提示し、前記第 1 の広告主に前記第 2 の価格を請求するステップをさらに含む請求項 1 に記載の媒体。

【請求項 4】

前記方法が、前記第 1 の入札又は前記第 2 の入札を第 2 の広告主からの第 3 の入札と比較するステップをさらに含み、前記第 3 の入札は第 2 の広告に関連付けられ、前記比較の結果に基づいて前記第 1 の広告又は前記第 2 の広告がユーザーに提示される請求項 1 に記載の媒体。

30

【請求項 5】

前記第 1 の広告が前記第 1 の広告主により指定される請求項 1 に記載の媒体。

【請求項 6】

前記第 1 の広告は前記イベントに少なくとも部分的に基づいてアルゴリズムによって指定される請求項 1 に記載の媒体。

【請求項 7】

実行されると、

広告のターゲティングのためのインターフェースを提供するステップであって、前記インターフェースは選択可能なイベントベースの基準を含み、イベントベースの基準は消費者の行動に影響を及ぼす可能性のあるイベント及び状況を含む、ステップと、

40

前記インターフェースを介して広告主からイベントベースの基準の選択を受信するステップと、

前記イベントベースの基準を前記広告主によって指定される広告と関連付けるステップと、

前記イベントベースの基準に合うイベントを識別するステップと、

前記イベントの影響の領域を特定するステップと、

前記影響の領域内に位置する、見込みのある消費者を識別するステップと、

前記見込みのある消費者に広告を提示するステップと

50

を含む広告ターゲティングの方法を実行するコンピューター実行可能命令を有する１つ又は複数のコンピューター記憶媒体。

【請求項 ８】

前記影響の領域は複数のネットワークユーザーのオンライン活動に基づいて特定される請求項 ７に記載の媒体。

【請求項 ９】

前記影響の領域は前記イベントベースの基準に基づいて特定される請求項 ７に記載の媒体。

【請求項 １０】

前記広告は、前記広告を前記イベントベースの基準に関連付ける広告主からの入力に基づいて特定される請求項 ７に記載の媒体。

【請求項 １１】

前記広告を前記イベントベースの基準に関連付けるアルゴリズムに基づいて前記広告が特定される請求項 ７に記載の媒体。

【請求項 １２】

実行されると、

イベントの位置を決定するステップと、

複数のユーザーからの前記イベントに関連するクエリーに基づいて、前記イベントの影響の領域の範囲を特定するステップと、

前記影響の領域の範囲内に位置するユーザーを識別するステップと、

前記イベントに関連付けられる広告を選択するステップと、

ユーザーに前記広告を提示するステップと

を含む広告ターゲティングの方法を実行するコンピューター実行可能命令を有する１つ又は複数のコンピューター記憶媒体。

【請求項 １３】

前記広告を前記イベントと関連付ける広告主からの入力に基づいて前記広告が選択される請求項 １２に記載の媒体。

【請求項 １４】

前記広告を前記イベントと関連付けるアルゴリズムに基づいて前記広告が選択される請求項 １２に記載の媒体。

【請求項 １５】

ユーザーのオンライン活動に少なくとも部分的に基づいてユーザーを識別する請求項 １２に記載の媒体。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【０００１】

本発明は、イベントベースの広告ターゲティングに関する。

【背景技術】

【０００２】

[0001] オンライン広告は、広告主が自分の製品やサービスを市場に投入するための強力な方法を提供するので、コンピューティング環境の重要な側面である。消費者のニーズ、関心、購買パターンは多くの要因によって影響を受ける。オンライン広告は、位置、曜日、時間帯、消費者の人口統計などの多くの要因に基づいて、広告主が消費者に対して広告のターゲットを絞ることを可能にする。たとえば、広告主は「シアトルに住んでいる消費者に対して日曜日にこの広告を示す」と指定することができる。このような方法で広告をターゲティングすることにより、広告主は広告キャンペーンの効果を最適化することができる。

【０００３】

[0002] さらに、ユーザーに提示するためにオンライン広告を配信するための様々な広告システム及び方法がある。一般的に、オンライン広告は、見込みのある顧客に広告やその

10

20

30

40

50

他のマーケティングメッセージを配信するためにコンピューターネットワーク環境を使用する、任意の形式の広告を含む。例えば、いくつか例を挙げると、広告は、ウェブページ、検索エンジンの検索結果、オンラインビデオゲーム、広告ベースのソフトウェアアプリケーション、電子メールメッセージ内で提示することができる。ユーザーに提示するためにオンライン広告を配信する多種多様のさらなる手法や環境が存在する。

【 0 0 0 4 】

[0003]現在、電子広告は、シンプルなテキストベースの広告から、音及び／又は動画の再生、拡大及びアニメーションを含む多数の機能を可能にするリッチメディア広告にまで及んでいる。

【 発 明 の 概 要 】

【 発 明 が 解 決 し よ う と す る 課 題 】

【 0 0 0 5 】

イベントベースの広告ターゲティングを提供する。

【 課 題 を 解 決 す る た め の 手 段 】

【 0 0 0 6 】

[0004]本発明の実施例はこの概要ではなく添付の特許請求の範囲によって規定される。したがって、本開示の概要を提供し、以下で詳細な説明においてさらに記載される概念の選択を紹介するために、本発明の様々な態様の高レベルの概要がここで提供される。この概要は特許請求された主題の重要な特徴や不可欠な特徴を特定することを意図しておらず、特許請求された主題の範囲を決定するために単独で助けとなるものとして使用されることも意図していない。

【 0 0 0 7 】

[0005]本発明の実施例は、一般に、イベントベースの広告のターゲティングを提供するものであり、イベントはネットワークユーザーの購買行動に影響を与えるある種の状況 (climate) を生成する。イベントの位置が決定され、イベントの影響の領域の範囲 (regional scope) が、イベントに関連するユーザークエリーに基づいて特定される。影響の領域の範囲内に位置するユーザーが特定され、イベントに関連付けられる広告が選択されてユーザーに提示される。

【 0 0 0 8 】

[0006]本発明の例示的な実施例が添付の図面を参照して以下に詳細に説明される。

【 図 面 の 簡 単 な 説 明 】

【 0 0 0 9 】

【 図 1 】 [0007]本発明の実施例を実施する際の使用に適したコンピューティング環境のブロック図である。

【 図 2 】 [0008]本発明の実施例を使用することができる例示的なシステムのブロック図である。

【 図 3 】 [0007]本発明の実施例によるイベントベースの広告ターゲティングを用いた広告主の入札を使用する方法を示す。

【 図 4 】 [0010]本発明の実施例によるイベントベースの広告ターゲティングについての広告主のイベント基準を受け取るためのインターフェースを示す。

【 図 5 】 [0011]本発明の実施例によるイベントベースの広告ターゲティングについての広告主のイベントベースの基準を受け取るための方法を示す。

【 図 6 】 [0012]本発明の実施例によるイベントベースの広告ターゲティングにおいて使用するための地理的領域を示す図である。

【 図 7 】 [0013]本発明の実施例による、イベントの影響の領域内のユーザーに広告をターゲティングする方法を示す。

【 発 明 を 実 施 す る た め の 形 態 】

【 0 0 1 0 】

[0014]本発明の実施例の主題が、法定要件を満たすように本明細書においては特異性をもって説明される。しかし、説明自体は必ずしも特許請求の範囲を限定することを意図し

10

20

30

40

50

ていない。そのようなものではなく、特許請求された主題は、他の現在の又は将来の技術と併せて、本明細書で説明されるものと異なるステップ又は同様のステップの組み合わせを含むように他の方法で具体化されてもよい。個々のステップの順序が明示的に記載されない限り、またそのような場合を除いて、用語は、本明細書に開示される様々なステップ間の特定の順序を意味するものと解釈すべきではない。

【 0 0 1 1 】

[0015]本発明の実施例は、とりわけ、方法、システム、又は1つもしくは複数のコンピューター読み取り可能な媒体上に具体化される命令のセットとすることができる。コンピューター読み取り可能な媒体は、揮発性及び不揮発性の媒体、取り外し可能及び取り外し不能な媒体の両方を含み、データベース、スイッチ、及び様々な他のネットワーク装置によって読み取り可能な媒体を想定する。例えば、限定はしないが、コンピューター読み取り可能な媒体は、情報を格納するために任意の方法又は技術で実装される媒体を含む。格納される情報は、例として、コンピューター使用可能な命令、データ構造、プログラムモジュール、他のデータ表現を含む。媒体は、例として、情報配信媒体、RAM、ROM、EEPROM、フラッシュメモリー又は他のメモリー技術、CD-ROM、デジタルバーサタイルディスク(DVD)、ホログラフィック媒体又は他の光ディスクストレージ、磁気カセット、磁気テープ、磁気ディスクストレージ、及び他の磁気記憶装置を含むがこれらに限定されない。これらの技術は、一瞬、一時的に又は永続的にデータを格納することができる。

10

【 0 0 1 2 】

[0016]本発明の実施例は、ユーザーに対する広告の目標を絞った(targeted)配信を提供する。本発明の実施例によれば、広告主は、電子環境内での広告の配信を容易にする広告配信システムへ広告を出すことができる。広告を配信できる電子環境は、例えば、検索結果、ウェブページ、オンラインゲーム、広告によりサポートされるソフトウェアアプリケーション、及び電子メールを含む。

20

【 0 0 1 3 】

[0017]広告主が広告を出す場合、広告主は、広告についてのさらなる情報を提出し及び/又は様々なオプションから選択することができる。そのようなオプションは、典型的には、消費者の位置、曜日、時間帯、ユーザーの人口統計、ユーザーのオンライン活動(online activities)、ユーザー選択などのターゲッティング基準(targeting criteria)を含む。本発明の実施例によれば、広告主は、提示される広告が、見込みのある消費者の購買行動に影響を与え得る状況(climate)を生成する特定のイベントの発生やイベントの種類と関連づけられるかどうかを指定することができる。

30

【 0 0 1 4 】

[0018]たとえば、広告主は、「フットボールの試合中に市内の消費者にこの広告を見せる」と指定することができる。代替的に、広告主は、特定の広告と関連付けることなく、イベント又はイベントの種類を指定することができる。その場合には、広告配信システムは、イベントに関連付ける広告を決定するために1つ又は複数のアルゴリズムを使用することができる。例えば、広告主がスポーツの記念品を販売しており、イベントの種類としてフットボールの試合を選択する場合、広告配信システムは、広告主のフットボール関連の広告をフットボールの試合に関連付けることができる。他の実施例では、広告主は関連するイベントを選択せずに広告を指定することができる。その場合には、広告配信システムは、フットボール関連の広告をフットボールの試合に関連付け、野球関連の広告を野球の試合に関連付けるよう、アルゴリズムで決定することができる。

40

【 0 0 1 5 】

[0019]状況(climate)の種類は政治情勢や経済情勢を含んでもよい。1つの実施例では、広告主は、次のいずれか又は複数を指定することができる。

- a) 株式市場が最近1ヶ月で2%成長した国でこの広告を見せる。
- b) 強盗の発生率が高い都市でこの広告(セキュリティアラーム)を見せる。
- c) 多くのスポーツによる怪我が報告されている都市でこの広告を見せる。

50

d) スポーツの大会やイベントが行われている都市でこの広告を見せる。

e) 風の展示会を行っている都市でこの広告を見せる。

【0016】

[0020] イベント、イベントの種類、又は状況は、イベントの複数の発生を含んでもよく、例えば、高い強盗発生率は複数の強盗の発生に基づく。イベント又はイベントの種類はまた、2%の株式市場の成長などの条件を含んでもよい。

【0017】

[0021] イベントの日付、位置、影響の領域などの多くの要因により、広告を特定の消費者に配信するかどうかを決定することができる。本発明の実施例は、広告をイベントの発生に基づいてどのようにターゲティングするかを決定するために、多くの要因を組み込むことができると考えられる。

10

【0018】

[0022] 広告配信システムが、ユーザーがアクセスしているウェブページからなど、広告の要求を受け取ると、1つ又は複数の広告が配信のために選択される。本発明の実施例において、広告配信システムは、広告主により指定されるようなイベントの発生によってユーザーが影響を受ける可能性があるかどうかを決定する。これは、イベントの地理的な位置を囲む又は越えて広がる影響の領域又は範囲を決定することを含んでもよい。たとえば、広告主がイベント基準として「ステートフェア (state fair)」を指定する場合、広告配信システムは、ステートフェアの半径200マイル内の消費者がその購買行動に関して影響を受けると仮定して、ステートフェアの所定の半径200マイルを使用することができる。また、影響の領域は、特定のステートフェアに関連するユーザーのオンライン問合せ (クエリー) などの動的な要因に基づいて決定することができる。イベントの影響の領域又は範囲を決定する他の手段が本発明の実施例において使用できると考えられる。

20

【0019】

[0023] 本発明の実施例は、広告がユーザーに提示されるときに広告主に対する料金を決定するために、イベントの発生に基づいて、入札ブースティング (bid boosting) を使用してもよい。たとえば、広告主は、一般的な観客に対する広告の1000個の配信につき0.25ドルの値を付け、特定のイベントに関連付けられる観客に対する広告の1000個の配信につき0.50ドルの値を付けてもよい。この場合、広告システムは、広告収入を最大化するために、指定されたイベントの影響の領域内のユーザーへの広告配信を最大化することを試みてよい。

30

【0020】

[0024] さらに、本発明の実施例は、広告収入を最大化するために、どの広告主の広告を配信するかを決定するべく、イベントの発生に関して、ある広告主の入札を別の広告主のものと比較してもよい。たとえば、広告主Aは、一般の観客に対する広告の1000個の配信当たり0.25ドルの値を付け、ステートフェアの影響の領域内の観客への広告の1000個の配信につき1.00ドルの値を付けるかもしれない。広告主Bは、一般の観客に対する1000個の配信につき0.50ドルの値を付け、フェアの影響の領域内の観客に対する1000個の配信につき0.75ドルの値を付けるかもしれない。この場合、広告がフェアの影響の領域外のユーザーに配信されるべきであるときには、一般の観客への配信に対する広告主Bの入札のほうが高いので、広告主Bの広告を選択することができる。一方で、広告がフェアの影響の領域内のユーザーに配信されるべきであるときには、影響の領域内の観客への配信に対する広告主Aの入札が広告主Bの入札より高いため、広告主Aの広告を選択することができる。

40

【0021】

[0025] 本発明の実施例の概要を簡単に説明してきたが、本発明の実施例を実施することができる例示的な動作環境が、本発明の様々な態様についての一般的なコンテキストを提供するために、以下に説明される。特に最初に図1を参照すると、本発明の実施例を実施するための例示的な動作環境が示されており、一般にコンピューティングデバイス100と表される。コンピューティングデバイス100は、適切なコンピューティング環境の単

50

なる一例に過ぎず、本発明の使用又は機能の範囲について何ら限定を示唆するものではない。コンピューティングデバイス 100 は、図示されるコンポーネントのいずれか又は組合せに関連する依存性又は要件を有するものとも解釈されるべきではない。

【0022】

[0026] 本発明は、プログラムモジュールなどのコンピューター実行可能命令を含み、パーソナルデータアシスタントや他のハンドヘルドデバイスなどのコンピューターや他のマシンによって実行される、コンピューターコード又は機械使用可能な命令の一般的なコンテキストで説明することができる。一般的に、ルーチン、プログラム、オブジェクト、コンポーネント、データ構造などを含むプログラムモジュールは、特定のタスクを実行したり特定の抽象データ型を実装するコードを指す。本発明は、ハンドヘルドデバイス、家電、汎用コンピューター、より特殊なコンピューティングデバイスなどを含む様々なシステム構成において実施することができる。本発明はまた、通信ネットワークを介してリンクされるリモート処理デバイスによってタスクが実行される分散コンピューティング環境で実施することができる。

【0023】

[0027] 図 1 を参照すると、コンピューティングデバイス 100 はバス 110 を含み、バス 110 は次のデバイスを直接的又は間接的に結合する：メモリー 112、1 つ又は複数のプロセッサ 114、1 つ又は複数の提示コンポーネント 116、入出力ポート 118、入出力コンポーネント 120、及び図示される電源 122。バス 110 は、1 つ又は複数のバス（アドレスバス、データバス、又はそれらの組み合わせなど）とすることができるものを表す。図 1 の様々なブロックは明確にするために線で示されているが、実際には、様々なコンポーネントの輪郭はそれほど明確ではなく、例えていうと、線はより正確にはグレーであり曖昧なものである。例えば、表示装置などの提示コンポーネントが入出力コンポーネントであると考えてもよい。また、プロセッサはメモリーを有する。これは技術の性質であって、繰り返して言えば、図 1 は、本発明の 1 つ又は複数の実施例に関連して使用することができる例示的なコンピューティングデバイスの単なる例である。「ワークステーション」、「サーバー」、「ラップトップ」、「ハンドヘルドデバイス」などはすべて、図 1 の範囲内で考えられ、「コンピューティングデバイス」と呼ぶので、これらのカテゴリーの間で区別はなされない。

【0024】

[0028] メモリー 112 は、揮発性及び / 又は不揮発性メモリーの形式のコンピューター記憶媒体を含む。メモリーは、取り外し可能であってもよいし、取り外し不能であってもよいし、又はそれらの組み合わせであってもよい。例示的なハードウェアデバイスは、ソリッドステートメモリー、ハードドライブ、光ディスクドライブなどを含む。コンピューティングデバイス 100 は、メモリー 112 や入出力コンポーネント 120 のような様々なエンティティからデータを読み取る 1 つ又は複数のプロセッサを含む。提示コンポーネント 116 は、ユーザーや他のデバイスにデータの表示を提供する。例示的な提示コンポーネントは、ディスプレイ装置、スピーカー、印刷コンポーネント、振動コンポーネントなどを含む。

【0025】

[0029] 入出力ポート 118 は、コンピューティングデバイス 100 が、いくつかの内蔵され得るような入出力コンポーネント 120 を含む他のデバイスに論理的に結合することを可能にする。例示的なコンポーネントは、マイクロフォン、ジョイスティック、ゲームパッド、パラボラアンテナ、スキャナー、プリンター、無線装置などを含む。

【0026】

[0030] ここで図 2 を参照すると、本発明の実施例による広告のターゲッティングのための環境が示されており、一般に環境 200 と表される。環境 200 は、適切な環境の単なる一例に過ぎず、本発明の使用又は機能の範囲について何ら限定を示唆するものではない。環境 200 はまた、図示されるコンポーネントのいずれか 1 つ又は組合せに関連する依存性又は要件を有するものと解釈されるべきでもない。

【 0 0 2 7 】

[0031] 広告主 2 1 0 は、一般的な聴衆よりも広告に反応する可能性が高いネットワークユーザーに広告のターゲットを絞ることを望むかもしれない。広告主 2 1 0 は、製造業者、販売業者、サービスプロバイダー、ネットワークを介して製品、サービス、情報を広告する任意の種類のエンティティとすることができる。

【 0 0 2 8 】

[0032] 広告主 2 1 0 は広告配信システム 2 1 6 に入札 2 1 2 及び 2 1 4 を提供し、広告 2 1 8 がどのユーザーに提示されるべきかを決定する上で広告配信システム 2 1 6 が使用する基準を指定する。入札 2 1 2 及び 2 1 4 は、広告が提示される異なる条件について異なる価格を提案し、広告主 2 1 0 が指定した基準に関連してもよい。

10

【 0 0 2 9 】

[0033] 広告配信システム 2 1 6 は、広告主からの入札を受け取り、入札価格と他の基準に基づいて、どの広告をどのユーザーに提示するかについての決定を行う。広告配信システム 2 1 6 は、サーバーもしくは他のタイプのコンピューティングデバイスであってもよく、又は多くのサーバー及び / もしくはコンピューティングデバイスを含んでもよい。広告配信システム 2 1 6 は排他的に広告配信機能を実行することができ、又はさらなる機能を実行することもできる。

【 0 0 3 0 】

[0034] 広告 2 1 8 は、ユーザー 2 2 0 と 2 2 2 のどちらか又は両方に提示することができる。ユーザー 2 2 0 及び 2 2 2 は、デスクトップコンピューター、ラップトップ、携帯電話、PDA、又はネットワーク対応の任意のデバイスを介してネットワークにアクセスすることができる。ユーザー 2 2 0 及び 2 2 2 は、広告主 2 1 0 が指定した基準に関連付けられてもよいし、関連付けられなくてもよい。

20

【 0 0 3 1 】

[0035] ユーザー 2 2 0 はイベント（野球の試合）2 2 6 の近傍（proximity）2 2 4 内に位置する。ユーザー 2 2 2 は近傍 2 2 4 の外側に位置する。イベント 2 2 6 は、ユーザーが広告にどのように反応するかに影響を与える可能性のあるイベントである。近傍 2 2 4 は、その中でユーザーがイベント 2 2 6 の影響を受け得るような影響の領域（region）又は範囲（scope）を表す。

【 0 0 3 2 】

[0036] 図 3 を参照すると、本発明の実施例による広告のターゲティングの方法が示され、一般に方法 3 0 0 と表される。方法 3 0 0 は、適切な方法の単なる一例に過ぎず、本発明の使用又は機能の範囲について何ら限定を示唆するものではない。方法 3 0 0 は、図示されるコンポーネントのいずれか 1 つ又は組合せに関連する依存性又は要件を有するものと解釈されるべきでもない。

30

【 0 0 3 3 】

[0037] 図 3 は図 2 を参照して説明される。引き続き図 3 では、ステップ 3 1 0 において、第 1 の入札 2 1 2 が広告主 2 1 0 から広告配信システム 2 1 6 によって受信される。入札 2 1 2 は、イベント 2 2 6 などの特定のイベントの近傍 2 2 4 又は影響の範囲内にあるユーザーに広告 2 1 8 が提示されるときに広告主 2 1 0 が支払いを受け入れる入札価格を含む。例えば、広告主 2 1 0 がスポーツの記念品の販売業者であって、イベント 2 2 6 が市内の野球の試合 2 2 6 としてもよい。市内に住むネットワークユーザーは野球の試合 2 2 6 の存在によって影響され、そのためスポーツの記念品を購入する可能性が高いと決定されてもよい。その場合には、近傍 2 2 4 は市の境界にまで及ぶこともある。代替的に、野球の試合 2 2 6 の影響の範囲がより広い領域に及ぶと決定されてもよく、その場合、近傍 2 2 4 はより大きな領域を含むこともある。いくつか例を挙げると、例えば、イベントを囲む領域に住むユーザーの人口統計、当該領域内又はそれを越えるユーザーのオンライン活動、及び統計分析など、様々な手段をイベントの影響の範囲を決定するために用いることができる。影響の範囲はまた、所定の、固定された領域であってもよい。本発明の実施例では、広告配信システム 2 1 6 は、イベントの位置及び / 又は関連する影響の領域の

40

50

データベースを保持するか又は少なくともこれにアクセスしてもよい。

【0034】

[0038]ステップ312において、第2の入札214が広告主210から受け取られる。入札214は、野球の試合226の影響の範囲内にいないユーザーに広告218が提示されるときに広告主210が支払いを受け入れる価格を含む。野球の試合226の影響の範囲の外部のユーザーは広告218に反応してスポーツの記念品を購入する可能性が低いので、入札214は、通常、入札212より低い。

【0035】

[0039]ステップ314において、ユーザーの位置、例えばユーザー220の位置が決定される。ステップ316において、ユーザー220の位置に基づいて、ユーザー220が近傍224内に位置することが判断される。

10

【0036】

[0040]ステップ318において、ユーザーが近傍224内に位置するか否かが決定される。ユーザー220の場合には、ユーザー220が近傍224内に位置すると判断され、ステップ320において、第1の入札212が、広告218に関する広告ターゲティングのために使用される。本発明の実施例では、広告配信システム216は、ユーザー220に広告218を提示し、広告主210に対して入札212に関連付けられる価格を請求する。

【0037】

[0041]ステップ318において、ユーザー222の場合、ユーザー222は近傍224内に位置していないと決定され、ステップ322において、第2の入札214が広告のターゲティングのために使用される。広告配信システムは、ユーザー222に広告218を提示し、広告主210に対して入札214に関連づけられる価格を請求する。

20

【0038】

[0042]その他、より複雑なシナリオも想定される。例えば、入札は複数の広告主から受信されてもよい。第2の広告主が入札を提出する場合、広告配信システム216は、ユーザー220が近傍224の範囲内にいると判断すると、第2の広告主の入札と比較することによって広告のターゲティングのために広告主210の第1の入札212を使用し、より高い入札を有する広告を選択することができる。広告配信システム216は、ユーザー222が近傍224の外側にいると判断した場合には、広告主210の第2の入札214を第2の広告主の入札価格と比較する。

30

【0039】

[0043]図4を参照すると、本発明の実施例による広告をターゲティングするためのインターフェースが示され、一般的にインターフェース400と表される。インターフェース400は、適切なインターフェースの1つの例に過ぎず、本発明の使用又は機能の範囲について何ら限定を示唆するものではない。インターフェース400は、図示されるコンポーネントのいずれか1つ又は組合せに関連する依存性又は要件を有するものとして解釈されるべきでもない。

【0040】

[0044]引き続き図4において、ターゲティングメニュー(targeting menu)410は、さまざまなターゲティングカテゴリーを含み、イベントのカテゴリー412が選択されている。ターゲットカテゴリーウィンドウ414はイベントカテゴリー416を表示する。各イベントカテゴリー416内には様々なターゲティングイベント418があり、一般的なイベント「選挙」418が選択されている。ターゲティングイベントウィンドウ420は、特定のイベントベースの基準422を表示し、「州選挙」が選択されている。ターゲティングメニュー410は広告のイベントベースのターゲティングに使用するイベント基準を指定するために、広告主によって使用される。

40

【0041】

[0045]ここで図5を参照すると、本発明の実施例による、イベントベースの広告ターゲティングのために広告主のイベントベースの基準を受け取る方法が示され、一般的に方

50

法 5 0 0 と表される。方法 5 0 0 は、適切な方法の単なる一例に過ぎず、本発明の使用又は機能の範囲について何ら限定を示唆するものではない。方法 5 0 0 は、図示されているコンポーネントのいずれか 1 つ又は組合せに関連する依存性又は要件を有するものと解釈されるべきでもない。

【 0 0 4 2 】

[0046] 図 5 は図 2 及び図 4 を参照して説明される。引き続き図 5 では、ステップ 5 1 0 において、インターフェース 4 0 0 が広告のターゲティングのために提示される。本発明の実施例において、インターフェース 4 0 0 は、広告主の広告ターゲティングの好み（選好、優先傾向、preferences）を広告配信システム 2 1 6 へ通信することを容易にする。インターフェース 4 0 0 は、図 4 に示されているもの以外の形態をとることができる。

10

【 0 0 4 3 】

[0047] 本発明の実施例では、広告主は、ターゲティングメニュー 4 1 0 からイベントカテゴリ 4 1 2 を選択することができる。図 4 に示すように、イベントカテゴリ 4 1 2 は、それがユーザーによって選択されたことを示すために強調表示される。イベントカテゴリ 4 1 2 が選択されると、ターゲットカテゴリウィンドウ 4 1 4 は、政治、社会、経済などのイベントカテゴリ 4 1 6 を表示する。各イベントカテゴリ 4 1 6 に関連付けられるものは、図 4 に示されるような、選挙、地域党派（regional party affiliation）、スポーツイベントなどの様々なターゲティングイベント 4 1 8 である。広告主は、様々なターゲティングイベントのうちの選挙 4 1 8 などの 1 つを選択することができる。イベント基準ウィンドウ 4 2 0 は、選択された様々なターゲティングイベント 4 1 8 に関連付けられる特定のイベントベースの基準 4 2 2 を表示する。イベントベースの基準は、消費者の購買行動に影響を与える可能性のあるイベントや状況を含む。図 4 に示すように、イベント基準ウィンドウは、国政選挙、州選挙及び地方選挙を表示する。広告主は、イベントベースの基準 4 2 2 のうちの 1 つ又は複数を選択することができる。図示されるように、「州選挙」が選択される。キャンセルボタン 4 2 4 はイベントベースの基準の選択をキャンセルし、適用ボタン 4 2 6 は 1 つ又は複数の広告のターゲティングに使用する選択を適用する。

20

【 0 0 4 4 】

[0048] 引き続き図 5 を見ると、ステップ 5 1 2 において、適用ボタン 4 2 6 が選択されると、「州選挙」の選択基準が広告配信システム 2 1 6 によって受信される。本発明の実施例では、インターフェース 4 0 0 は、広告配信システム 2 1 6 の一部と考えることができ、その場合、「州選挙」の選択が広告配信システム 2 1 6 の一部又は側面によって受信されるというのがより適切である。

30

【 0 0 4 5 】

[0049] ステップ 5 1 4 において、広告主が指定した広告は、イベントベースの基準 4 2 2（すなわち、「州選挙」）に関連付けられる。広告主が州選挙に関連付けることができる広告の例としては、選挙広告、政治雑誌や出版物のための広告がある。広告配信システムは、広告主から受け取った広告のデータベースを含んでもよく、広告配信システムは、広告主又は他のエンティティによって保持される広告のデータベースにアクセスすることができる。図 4 及び 5 は、どの広告が特定のイベントベースの基準に関連するかを広告主が指定することができる実施例を示すが、他の実施例では、広告配信システムは、広告内に含まれる情報に基づいて又は他の手段によって、広告がどのイベントベースの基準に関連付けられるかをアルゴリズムで決定することができる。

40

【 0 0 4 6 】

[0050] ステップ 5 1 6 において、広告配信システム 2 1 6 は、選択されたイベントベースの基準に合うイベントを識別する。例えば、ミズーリ州議員選挙が特定されてもよい。

[0049] ステップ 5 1 8 において、広告配信システム 2 1 6 は、特定されたイベントの影響の領域を決定する。たとえば、ミズーリ州議員選挙などの「州選挙」の影響の範囲は、それが州全体の選挙であるということに基づいて、ミズーリ州全体にわたると決定するこ

50

とができる。同様に、選択されるイベントベースの基準 4 2 2 が「地方選挙」である場合、地方選挙について、影響の領域は、市の選挙であるということに基づいて、市の境界全体にわたると決定されてもよい。本発明の実施例では、イベントの性質、ユーザークエリー、ユーザーのウェブブラウジング、過去の販売記録を含む、影響の範囲を決定する任意の手段を使用することができる。

【 0 0 4 7 】

[0052] ステップ 5 2 0 において、広告配信システム 2 1 6 は、イベントベースの基準 4 2 2 (すなわち、「州選挙」) の影響の領域内に位置する、見込みのある消費者を識別する。州選挙の場合には、見込みのある消費者は、その州において投票するように登録されている任意のオンラインユーザーであってもよい。イベントベースの基準の性質に応じて、影響の領域内に見込みのある消費者は、たとえば、オンラインアカウントに関連付けられる自宅の住所 (ホームアドレス) に基づくなどして、任意の手段によって決定することができる。

10

【 0 0 4 8 】

[0053] ステップ 5 2 2 において、広告はステップ 5 2 0 で特定された見込みのある消費者に提示される。広告は、例えば、ユーザーが見ているウェブページ上で、ユーザーが選択したオンラインビデオの冒頭で、ユーザーに送信される電子メールで、携帯電話に送信されるテキストメッセージで、又はネットワーク上で広告を配信する任意の他の手段など、多くの方法で提示することができる。

20

【 0 0 4 9 】

[0054] ここで図 6 を参照すると、本発明の実施例による地理的な領域が示されており、一般的に地理的領域 6 0 0 と表される。地理的領域 6 0 0 は、適切な地理的領域の単なる一例に過ぎず、本発明の使用又は機能の範囲について何ら限定を示唆するものではない。地理的領域 6 0 0 は、図示されるコンポーネントのいずれか 1 つ又は組合せに関連する依存性又は要件を有するものと解釈されるべきでもない。

【 0 0 5 0 】

[0055] 引き続き図 6 を見ると、州 6 1 0 の地理的な表現が示されている。また、ステートフェア 6 1 2、ユーザークエリー 6 1 4、影響の領域 6 1 6、ユーザー 6 1 8、及び広告 6 2 0 が示されている。

30

【 0 0 5 1 】

[0056] ここで図 7 を参照すると、本発明の実施例による方法が示されており、一般的に方法 7 0 0 と表される。方法 7 0 0 は、適切な方法の単なる一例に過ぎず、本発明の使用又は機能の範囲について何ら限定を示唆するものではない。方法 7 0 0 は、図示されるコンポーネントのいずれか 1 つ又は組合せに関連する依存性又は要件を有するものと解釈されるべきでもない。

【 0 0 5 2 】

[0057] 図 7 は図 2 及び図 6 を参照して説明される。引き続き図 7 を見ると、ステップ 7 1 0 において、ステートフェア 6 1 2 の位置は広告配信システム 2 1 6 によって決定される。広告配信システム 2 1 6 は、様々な種類のイベント及びその位置を含むデータベースを保持し及び / 又はこれにアクセスすることができる。

40

【 0 0 5 3 】

[0058] ステップ 7 1 2 において、ステートフェア 6 1 2 の影響の領域の範囲 6 1 6 が決定される。本実施例では、ステートフェア 6 1 2 に関連するユーザークエリー 6 1 4 に基づいて決定がなされる。例えば、ステートフェア 6 1 2 への出席に関心をもつネットワークユーザーは、フェアで行われるイベント、フェアの日付、フェアの場所に関するクエリーを実行してもよい。ユーザークエリー 6 1 4 はまた、ステートフェア 6 1 2 に関連するウェブページの閲覧、ステートフェア 6 1 2 のチケットのオンライン購入、及びステートフェア 6 1 2 に関連する他のオンライン活動を含んでもよい。位置、異なる位置におけるクエリーの密度、及びクエリーの頻度など、ユーザークエリー 6 1 4 に関連する様々な要因を、影響の領域の範囲 6 1 6 を決定するために用いることができる。他の要因も同様に

50

使用することができる。影響の領域の範囲 6 1 6 は、単一の連続した領域であってもよいし、重複しない複数の領域を含んでもよい。

【 0 0 5 4 】

[0059]ステップ 7 1 4 において、ユーザー 6 1 8 が特定され、影響の領域の範囲 6 1 6 内にあると判断される。ユーザー 6 1 8 の位置は、オンラインアカウントに関連付けられる自宅の住所、携帯電話などのユーザーのデバイスの位置に基づいて、GPS や携帯電話基地局の位置に基づいて、又は任意の他の手段に基づいて、決定することができる。ユーザー 6 1 8 は、ユーザークエリー 6 1 4 を実行したユーザーの一人であってもよいし、そうでなくてもよい。

【 0 0 5 5 】

[0060]ステップ 7 1 6 において、広告 6 2 0 は、ステートフェア 6 1 2 に関連付けられる広告として選択される。広告 6 2 0 は、フェアへの出席を働きかけることを意図した広告などのようにステートフェア 6 1 2 に直接的に関連してもよいし、ステートフェア 6 1 2 に間接的に関連する商品やサービスに関連してもよい。例としては、フェアの場所や開催場所近くのモートルへのアムトラックのチケットの広告宣伝を含む。

【 0 0 5 6 】

[0061]ステップ 7 1 8 において、広告 6 2 0 がユーザー 6 1 8 に提示される。広告 6 2 0 を提示する様々な手段を用いてもよい。テキストメッセージ、ウェブブラウザのバナー広告、リッチメディア広告、電子メールは、広告 6 2 0 をユーザー 6 1 8 に提示することができる方法のいくつかの例にすぎない。

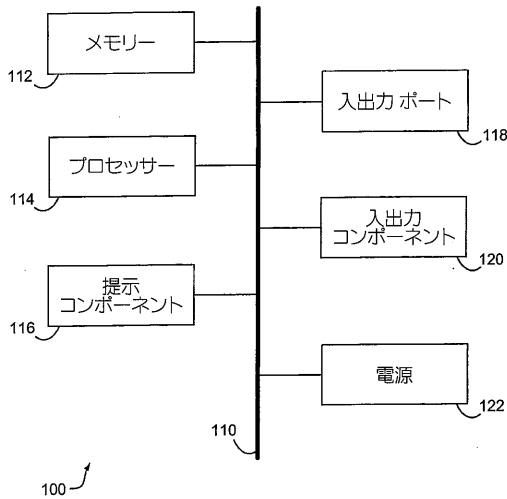
【 0 0 5 7 】

[0062]図示された様々なコンポーネントの多くの異なる構成のほか、図示されていないコンポーネントが、以下の特許請求の範囲から逸脱することなく可能である。実施例は、限定的ではなく例示的なものとなるよう意図して説明された。代替的な実施例は、本明細書を読むとこれを生かして、本明細書を読んだ者にとって明確となろう。上記を実施する代替手段は、以下の特許請求の範囲から逸脱することなく達成することができる。特定の特徴及びサブコンビネーションは有用であり、他の特徴及びサブコンビネーションを参照することなく用いることができ、特許請求の範囲内にあると考えられる。

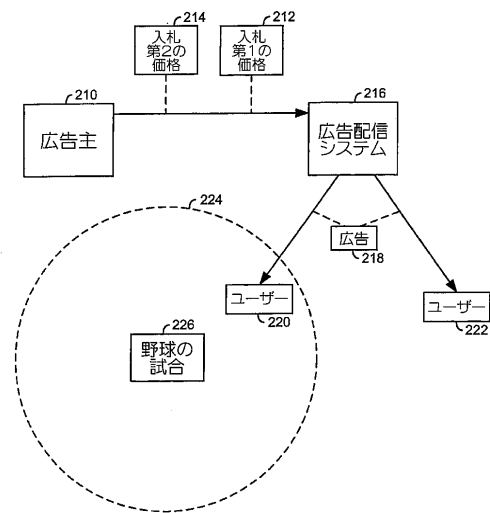
10

20

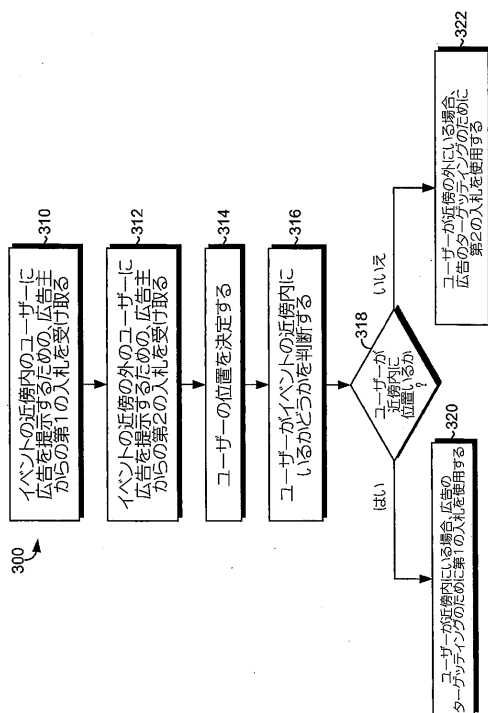
【図 1】



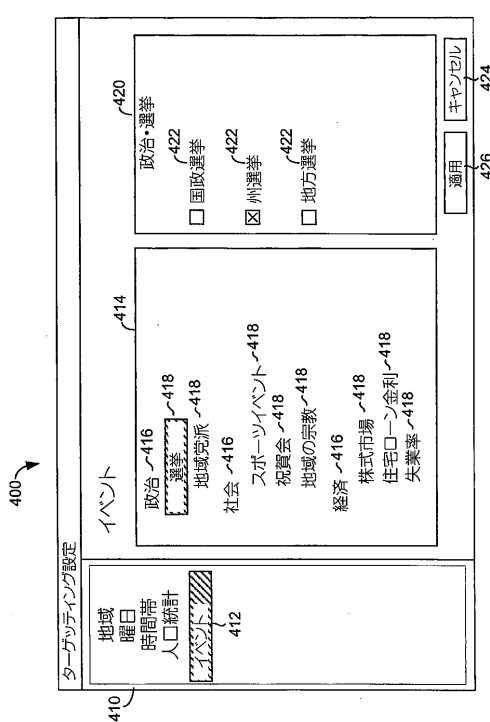
【図 2】



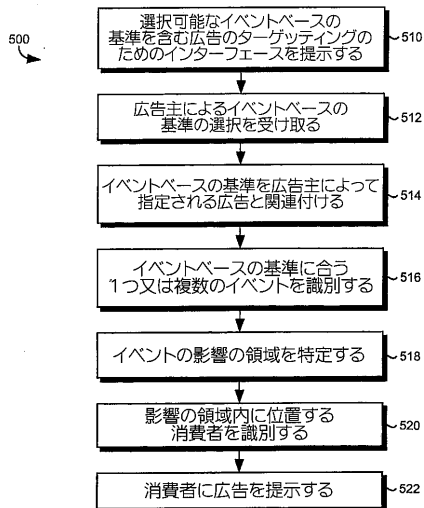
【図 3】



【図 4】



【 図 5 】



【 図 6 】

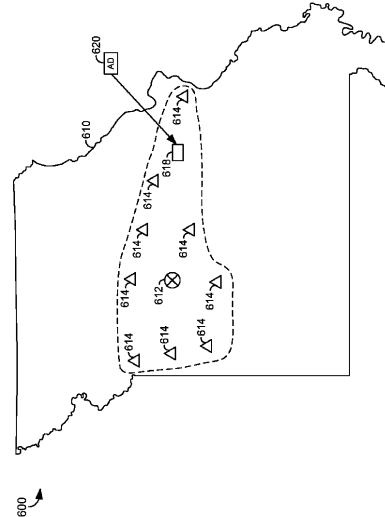
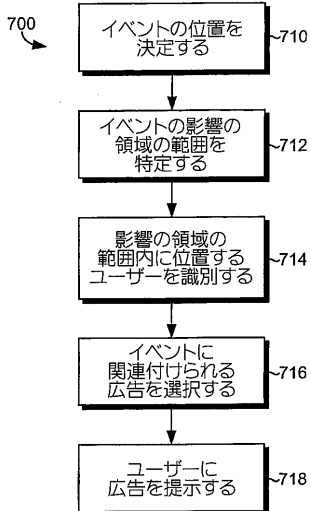




FIG. 6.

【 圖 7 】



【 国際調査報告 】

INTERNATIONAL SEARCH REPORT		International application No. PCT/US2011/037730
A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER		
G06Q 30/00(2006.01)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) G06Q 30/00; G06F 17/30; G06F 17/60; G06F; H04Q 7/20		
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 Japanese utility models and applications for utility models		
Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used) cKOMPASS(KIPO internal) & Keywords: event, location, advertise		
C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT		
Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
A	WO 2005-024667 A1 (GOOGLE, INC. et al.) 17 March 2005 See abstract and claims 1-6.	1-15
A	WO 2004-095214 A2 (OVERTURE SERVICES, INC. et al.) 04 November 2004 See abstract and claims 1-6.	1-15
A	US 2009-0112708 A1 (BARHYDT WILLIAM J. et al.) 30 April 2009 See abstract and paragraphs [0036]-[0038].	1-15
A	US 2005-0197894 A1 (ADAM FAIRBANKS et al.) 08 September 2005 See abstract and paragraphs [0098]-[0121].	1-15
<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 18 JANUARY 2012 (18.01.2012)		Date of mailing of the international search report 19 JANUARY 2012 (19.01.2012)
Name and mailing address of the ISA/KR  Korean Intellectual Property Office Government Complex-Daejeon, 189 Cheongsu-ro, Seo-gu, Daejeon 302-701, Republic of Korea Facsimile No. 82-42-472-7140		Authorized officer LEE, CHUNG KEUN Telephone No. 82-42-481-5667 

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

Information on patent family members

International application No.

PCT/US2011/037730

Patent document cited in search report	Publication date	Patent family member(s)	Publication date
WO 2005-024667 A1	17.03.2005	AU 2004-271567 A1	17.03.2005
		AU 2004-271567 B2	24.12.2009
		BR P10414125A	31.10.2006
		CA 2537191 A1	17.03.2005
		CN 1864161 A	15.11.2006
		CN 1864161 C0	15.11.2006
		EP 1668546 A1	14.06.2006
		EP 1668546 A4	25.07.2007
		JP 2007-504556 A	01.03.2007
		JP 2010-176686 A	12.08.2010
		JP 4550820 B2	22.09.2010
		KR 10-0913688 B1	24.08.2009
		KR 10-2006-0083201 A	20.07.2006
		US 2005-0050027 A1	03.03.2005
		US 2005-0050097 A1	03.03.2005
		US 2010-0131350 A1	27.05.2010
		US 7668832 B2	23.02.2010
		US 7680796 B2	16.03.2010
WO 2004-095214 A2	04.11.2004	CN 1954334 A	25.04.2007
		CN 1954334 C0	25.04.2007
		EP 1609039 A2	28.12.2005
		EP 1609039 A4	13.12.2006
		JP 04362508 B2	11.11.2009
		JP 04750198 B2	27.05.2011
		JP 2007-524894 A	30.08.2007
		JP 2009-223898 A	01.10.2009
		KR 10-0780497 B1	29.11.2007
		KR 10-2005-0114256 A	05.12.2005
		US 2004-0186769 A1	23.09.2004
		WO 2004-095214 A3	04.11.2004
		WO 2004-095214 A8	08.02.2007
US 2009-0112708 A1	30.04.2009	None	
US 2005-0197894 A1	08.09.2005	None	

フロントページの続き

(81)指定国 AP(BW, GH, GM, KE, LR, LS, MW, MZ, NA, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), EA(AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), EP(AL, 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, RS, SE, SI, SK, SM, 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, 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, TH, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, ZA, ZM, ZW

(72)発明者 ディングラ, プラシャント

アメリカ合衆国ワシントン州 9 8 0 5 2 - 6 3 9 9 , レッドモンド, ワン・マイクロソフト・ウェイ, マイクロソフト コーポレーション, エルシーエイ - インターナショナル・パテンツ

(72)発明者 ウルムスタファ, ラザ

アメリカ合衆国ワシントン州 9 8 0 5 2 - 6 3 9 9 , レッドモンド, ワン・マイクロソフト・ウェイ, マイクロソフト コーポレーション, エルシーエイ - インターナショナル・パテンツ