(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 등록특허공보(B1)

(45) 공고일자 2021년09월30일
(11) 등록번호 10-2306506
(24) 등록일자 2021년09월23일

(51) 국제특허분류(Int. Cl.)
G06F 16/00 (2019.01) *G06Q 30/02* (2012.01)
(52) CPC특허분류
G06F 16/9535 (2019.01)
G06Q 30/02 (2013.01)
(21) 출원번호 10-2017-7009585
(22) 출원일자(국제) 2015년09월08일
심사청구일자 2020년09월02일
(85) 번역문제출일자 2017년04월07일
(65) 공개번호 10-2017-0105478
(43) 공개일자 2017년09월19일
(86) 국제출원번호 PCT/US2015/048860
(87) 국제공개번호 WO 2016/040274
국제공개일자 2016년03월17일
(30) 우선권주장
62/047,102 2014년09월08일 미국(US)
(56) 선행기술조사문헌
US20110145064 A1*
*는 심사관에 의하여 인용된 문헌

(73) 특허권자
씨모다이나믹 디자인 엘엘씨
미국 20854 메릴랜드주 포토맥 스킵위드 레인 11300
(72) 발명자
크리스티안센 브래들리
미국 버지니아주 20121 센트레빌 콤튼 밸리 플레이스 6804
프라부 아르빈드
미국 버지니아주 20152 사우스 라이딩 샌드맨 테라스 42712
보크 마이클
미국 오하이오주 45140 러브랜드 스테이블포드 드라이브 6605
(74) 대리인
김태홍, 김진희

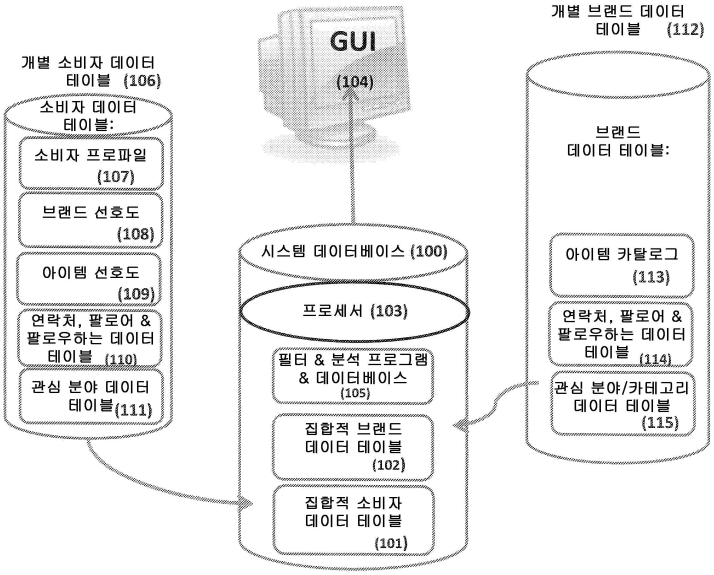
전체 청구항 수 : 총 5 항 심사관 : 이복현

(54) 발명의 명칭 **커스터마이징 가능한 데이터 관리 시스템**

(57) 요 약

본 발명은 아이템 및/또는 공급자 정보의 유저가 커스터마이징한 서브셋을 유저에게 디스플레이하도록 설계된, 복수의 유저를 갖는 시스템에 관련되는 방법, 시스템, 및 컴퓨터 판독가능 매체에 관한 것이다.

대 표 도



명 세 서

청구범위

청구항 1

컴퓨터 시스템에 있어서,

적어도 하나의 데이터베이스; 및

적어도 하나의 정보 교환 컴퓨터

를 포함하며,

상기 적어도 하나의 데이터베이스는:

복수의 데이터 오브젝트들 - 각각의 데이터 오브젝트는 해당 오브젝트의 고유 오브젝트 식별자와, 해당 오브젝트와 관련된 유저, 아이템, 또는 공급자의 유저 식별자, 아이템 식별자, 또는 공급자 식별자를 포함함 - ; 및

유저 연관성 데이터 오브젝트 - 상기 유저 연관성 데이터 오브젝트는 타겟 유저의 타겟 유저 식별자 및 상기 타겟 유저를 팔로우(follow)하는 유저의 팔로어(follower) 유저 식별자를 포함함 -

를 저장하고,

상기 적어도 하나의 정보 교환 컴퓨터는:

타겟 유저가 디스플레이 인터페이스 상에 표현된 아이템 또는 공급자에 관한 대화를 상기 디스플레이 인터페이스 상에서 개시하는 것에 응답하여, 상기 대화에 대한 대화 데이터 오브젝트를 생성하고, 상기 타겟 유저, 상기 아이템 또는 공급자와 관련된 상기 데이터 오브젝트, 및 상기 생성된 대화 데이터 오브젝트 간의 연관성을 상기 적어도 하나의 데이터베이스에 저장하며;

상기 팔로어 유저와 연관된 유저 디바이스의 디스플레이 인터페이스를 통해 상기 팔로어 유저에 제공된 정보의 피드(feed)에 상기 대화 데이터 오브젝트의 표현(representation)이 포함되게 하도록 구성되고,

상기 적어도 하나의 정보 교환 컴퓨터는 또한, 상기 팔로어 유저가 신규 채널 선택 옵션을 통하여 상기 유저 디바이스의 상기 디스플레이 인터페이스와 인터페이싱하고 신규 채널을 보는 것을 선택하는 것에 응답하여, 상기 컴퓨터 시스템에 의하여 생성되고 상기 팔로어 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 설계된 상기 신규 채널에서, 상기 팔로어 유저와 연관된 상기 유저 디바이스의 상기 디스플레이 인터페이스를 통해 상기 팔로어 유저에게 상기 대화 데이터 오브젝트의 표현이 디스플레이되게 하도록 구성되는 것인, 컴퓨터 시스템.

청구항 2

제1항에 있어서,

상기 적어도 하나의 정보 교환 컴퓨터는, 상기 팔로어 유저에 대해 커스터마이징되는 정보의 피드에 상기 아이템 또는 공급자의 표현이 포함되게 하도록 구성되는 것인, 컴퓨터 시스템.

청구항 3

제1항에 있어서,

상기 적어도 하나의 정보 교환 컴퓨터는, 상기 타겟 유저 및 상기 팔로어 유저로부터의 코멘트들을 포함하게끔 상기 대화 데이터 오브젝트를 수정하도록 구성되는 것인, 컴퓨터 시스템.

청구항 4

제1항에 있어서,

상기 적어도 하나의 정보 교환 컴퓨터는, 상기 팔로어 유저를 팔로우하는 적어도 하나의 유저에 제공된 정보의

피드에 상기 대화 데이터 오브젝트의 표현이 포함되게 하도록 구성되는 것인, 컴퓨터 시스템.

청구항 5

제1항에 있어서,

상기 적어도 하나의 정보 교환 컴퓨터는, 상기 대화 데이터 오브젝트의 표현으로 하여금 상기 타겟 유저를 상기 대화를 개시한 것으로서 식별하게 하도록 구성되는 것인, 컴퓨터 시스템.

청구항 6

삭제

청구항 7

삭제

청구항 8

삭제

발명의 설명

기 술 분 야

[0001] 본 개시는 2014년 9월 8일자로 출원된 미국 가출원 제62/047,102호의 이점을 청구하며, 그 전체 내용은 참조에 의해 본원에 통합된다. 2014년 3월 14일자로 출원된 미국 특허 출원 제14/210,509호, 및 2014년 3월 13일자로 출원된 미국 특허 출원 제14/208,825호에 대한 참조가 이루어지는데, 이들 개시는 참조에 의해 그 전체가 본원에 통합된다.

[0002] 본 발명은, 유저가 그들의 온라인 경험을 개인 맞춤화하는(personalize) 것을 가능하게 하고 컨텐츠 공급자가 유저 정보를 수집하여 유저를 목표로 하는 온라인 경험(targeted online experience)을 생성하는 것을 가능하게 하는 커스터마이징 가능한(customizable) 데이터 관리 시스템에 관한 것이다.

배 경 기 술

[0003] 유저의 온라인 경험을 향상시키기 위해 온라인 컨텐츠 공급자에 의해 개발된 다양하고 복잡한 방법에도 불구하고, 유저의 개인적 선호도에 기초하여 유저에게 개인 맞춤화된 인터페이스를 제공하는 간단하고 편리한 시스템은 아직 알려져 있지 않다. 특히, 유저의 선호도에 관한 데이터를 효율적으로 선택, 관리, 및 디스플레이하는 시스템에 대한 상당한 필요성이 존재한다. 또한, 개별 유저의 개인적 선호도에 관련되는 정보뿐만 아니라, 유저 및 그 유저의 온라인 소셜 네트워킹 커뮤니티의 한 명 이상의 멤버에 의해 공유되는 선호도에 관련되는 정보를 포함하는 데이터 세트를 합성하는 것에 의해 유저의 온라인 경험을 더 풍부하게 하는 것이 바람직하다.

발명의 내용

[0004] 본 발명은 다음의 특정 실시예를 고려한다. 본 발명의 취지와 범위를 벗어나지 않으면서 기술 분야에서 숙련된 자에 의해 본원에서 설명되는 실시예에 대해 다양한 수정, 추가 및 변경이 이루어질 수도 있다. 이러한 수정, 추가, 및 변경은 청구범위의 범위 내에 있도록 의도된다.

[0005] 본 발명의 실시예는, 특정한 아이템 또는 특정한 아이템 공급자를 찾고 있는 유저가 자신의 유저 인터페이스에서 단순화된 경험을 갖도록, 아이템 공급자로부터 이용가능한 아이템에 관한 방대한 양의 데이터를 관리하는 맥락에서 발생하는 기술적 문제점을 해결하는 것에 관한 것이다. 본 발명의 하나의 양태에 따르면, 선택된 그리고 맞춤된(tailored) 시각적 표현이 한 명 이상의 유저의 그래픽 유저 인터페이스에서 이용가능하게 만들어지는 것을 허용하도록, 데이터 구조에서의 데이터 오브젝트의 더 효율적인 데이터 프로세싱을 허용하는 데이터 구조가 확립된다.

[0006] 본 발명의 다른 양태는, 다른 유저 및/또는 공급자에 의한 활동에 기초하여, 맞춤된 시각적 표현의 풍부한 어레이가 유저 중 한 명에게 제공될 수 있도록, 다수의 아이템 공급자 및 다수의 유저를 갖는 시스템에서 아이템 공급자 및 유저 둘 다를 추적하기 위한 설비를 제공한다.

[0007] 따라서, 본 발명은 실시예 (a): 그래픽 유저 인터페이스에서 유저와의 상호작용을 위해 데이터 오브젝트를 선택하는 컴퓨터 구현 방법을 제공하는데, 그 방법은 다음을 포함한다: 아이템 공급자로부터 데이터 스트림 – 데이터 스트림은 아이템 공급자로부터 이용가능한 아이템을 식별함 – 을 수신하는 것; 아이템 공급자를 고유하게 식별하는 공급자 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 전역적(global) 데이터베이스에 저장하는 것; 데이터 스트림의 각각의 아이템에 대해, 아이템을 고유하게 식별하는 아이템 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 저장하는 것; 유저 디바이스의 그래픽 유저 인터페이스에서, 유저 상호작용 – 상호작용은 아이템 또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 표현과의 것이고, 유저를 고유하게 식별하는 유저 식별자를 갖는 유저 데이터 오브젝트를 생성함 – 을 검출하는 것; 추적 데이터베이스(tracking database)에, 유저 데이터 오브젝트와 아이템 및/또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 사이의 연관성(association)을 생성하는 것; 및 추적 데이터베이스의 연관성에 기초하여 데이터 오브젝트의 커스터마이징된 데이터 세트 – 커스터마이징된 데이터 세트는 그래픽 유저 인터페이스에서의 표시를 위한 것임 – 를 선택하기 위해, 추적 데이터베이스를 사용하는 것. 하나의 예에서, 실시예 (a)의 각각의 데이터 오브젝트는, 그 오브젝트를 고유하게 식별하는 오브젝트 식별자와 함께 저장되고, 유저 데이터 오브젝트와 아이템 및/또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 사이의 연관성은, 이들 오브젝트의 오브젝트 식별자 사이의 연관성이다. 또한, 실시예 (a)의 연관성은, 연관성 데이터 구조 – 연관성 데이터 구조는 이들 오브젝트 식별자의 각각의 필드를 포함함 – 를 준수한다. 연관성은 또한 이들 오브젝트 식별자와 유저 식별자 사이에 있을 수 있고, 옵션적으로, 데이터 구조의 연관성은 유저 식별자에 대한 추가 필드를 포함한다. 실시예 (a)의 다른 예에서, 각각의 데이터 오브젝트는 오브젝트 데이터 구조를 준수할 수 있는데, 오브젝트 데이터 구조는 다음 중 적어도 몇몇에 대한 각각의 필드를 포함한다: 그 오브젝트의 오브젝트 식별자; 그 데이터 오브젝트의 생성자(creator)의 유저 또는 공급자 식별자; 그 데이터 오브젝트가 관련하고 있는 유저, 아이템 또는 공급자의 유저, 아이템, 또는 공급자 식별자; 및 그래픽 유저 인터페이스에서의 상기 표시에 대한 추가 정보. 실시예 (a)의 방법은, 아이템 공급자가 아이템 및/또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트와 관련되는 신규의 데이터 오브젝트를 생성하는 것에 후속하여, 신규의 데이터 오브젝트를 포함하도록 커스터마이징된 데이터 세트를 업데이트하는 것을 더 포함할 수 있다. 실시예 (a)의 전역적 데이터베이스는, 아이템 및/또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트와 관련되는 카테고리 데이터 오브젝트를 포함할 수 있고; 선택된 데이터 오브젝트 중 적어도 하나 – 그 데이터 오브젝트는 그것을 기초로 커스터마이징된 세트에서의 포함을 위해 선택됨 – 는 추적 데이터베이스의 카테고리 데이터 오브젝트와 또한 관련되고; 옵션적으로, 방법은, 아이템 공급자가 카테고리 데이터 오브젝트와 관련되는 신규의 데이터 오브젝트를 생성하는 것에 후속하여, 신규의 데이터 오브젝트를 포함하도록 커스터마이징된 세트를 업데이트하는 것을 더 포함한다.

[0008] 또한, 본 발명은 실시예 (b): 컴퓨터 시스템을 제공하는데, 컴퓨터 시스템은 다음을 포함한다: 유저가 이용가능한 디스플레이 인터페이스를 각각 구비하는 복수의 유저 디바이스; 복수의 아이템 공급자; 데이터 오브젝트 – 각각의 데이터 오브젝트는 그 오브젝트의 고유의 데이터 오브젝트 식별자 및 그 데이터 오브젝트가 관련되는 유저, 아이템 또는 공급자의 유저, 아이템, 또는 공급자 식별자를 포함함 – 의 전역적 데이터베이스; (i) 각각의 아이템 공급자에 대한, 그 공급자의 고유의 공급자 식별자 및 그 공급자에 의해 제공되는 아이템의 하나 이상의 아이템 식별자를 포함하는 각각의 공급자 데이터 테이블; (ii) 각각의 유저에 대한, 그 유저의 고유의 유저 선호도 및 그 유저가 선호도를 표현한 아이템, 공급자 및/또는 카테고리에 대한 하나 이상의 아이템 식별자, 공급자 식별자, 및/또는 카테고리 식별자를 포함하는 각각의 유저 데이터 테이블; 및 (iii) 적어도 제1 유저에 대해 선택되는 데이터 테이블의 커스터마이징된 세트 – 커스터마이징된 세트는, 제1 유저 데이터 테이블에 포함되는 아이템 및/또는 공급자 식별자에 기초하여, 유저 데이터 테이블 및 공급자 데이터 테이블로부터 선택됨 – 를 저장하는 컴퓨터 스토리지; 제1 유저의 유저 디바이스에서 연관성 명령어를 실시하게 하는(instigating) 것에 의해 제1 유저가 공급자 또는 아이템에 대한 추가적인 선호도를 표현하는 것에 응답하여, 그 제1 유저의 유저 식별자를, 그 공급자 또는 식별자의 공급자 또는 아이템 식별자를 포함하는 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자와 관련시키도록 구성되는 전역적 추적 데이터베이스; 및 제1 유저가 아이템 또는 공급자에 대한 추가적인 관심을 표현하는 것에 응답하여, 제1 유저의 커스터마이징된 세트에 포함시키기 위한 하나 이상의 추가적인 공급자 데이터 테이블 및/또는 유저 데이터 테이블을 선택하여 그 세트를 업데이트하도록, 그리고 제1 유저의 유저 디바이스의 디스플레이 인터페이스를 통해 제1 유저에게 디스플레이하기 위한 적어도 하나의 데이터 오브젝트를 제1 유저의 업데이트된 세트에 기초하여 선택하도록 구성되는 정보 교환 컴퓨터. 실시예 (b)의 전역적 데이터베이스는 카테고리 데이터 오브젝트를 포함할 수 있고, 카테고리 데이터 오브젝트는, 유저가 후속하는 관심을 표현한 공급자 또는 아이템의 공급자 또는 아이템 식별자를 포함하는 데이터 오브젝트와 관련되고, 이 경우, 선택된 데이터 오브젝트는 추적 데이터베이스의 카테고리 데이터 오브젝트와 또한 관련된다.

[0009] 또한, 실시예 (c): 다음을 포함하는 컴퓨터 시스템이 제공된다: 유저가 이용가능한 디스플레이 인터페이스를 각

각 구비하는 복수의 유저 디바이스; 복수의 아이템 공급자; 데이터 오브젝트의 전역적 데이터베이스 - 각각의 데이터 오브젝트는 그 오브젝트의 고유 오브젝트 식별자 및 그 오브젝트가 관련되는 유저, 아이템 또는 공급자의 유저, 아이템, 또는 공급자 식별자를 포함하고, 데이터 오브젝트는, 타겟 유저의 타겟 유저 식별자 및 타겟 유저를 팔로우하는 유저의 팔로어 유저 식별자(follower user identifier)를 포함하는 유저 연관성 데이터 오브젝트를 포함하고, 전역적 데이터베이스는, 타겟 유저가 그들의 유저 디바이스에서 추적 명령어를 실시하게 하는 것에 의해 데이터 오브젝트 표현에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 그 데이터 오브젝트에 기초하여 신규의 파생 데이터 오브젝트(new derivative data object)를 생성하도록 구성됨 - ; 타겟 유저가 데이터 오브젝트에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 타겟 유저의 유저 식별자, 그 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자, 및 생성된 파생 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자 사이의 연관성을 저장하도록 구성되는 전역적 추적 데이터베이스; 및 타겟 유저가 데이터 오브젝트에 대한 관심을 표현하는 것에 응답하여, 전역적 데이터베이스 및 전역적 추적 데이터베이스에 액세스하도록 그리고 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로어 유저에게 그들의 유저 디바이스의 디스플레이 인터페이스를 통해 디스플레이하도록 구성되는 정보 교환 컴퓨터.

[0010] 실시예 (a)-실시예 (c)는, 본원에서 설명되는 다양한 방법뿐만 아니라, 이들 방법을 실시하도록 설계되는 시스템 및 컴퓨터 판독가능 매체를 향상시키기 위해 사용된다. 예를 들면, 다음의 실시예(실시예 (1) 내지 실시예 (13))는 실시예 (a)-실시예 (c)가 사용될 수 있는 방법에 관한 것이다:

[0011] 실시예 (1): 시스템 - 시스템은 (i) 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (ii) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 구비함 - 상에서 브랜드 정보를 교환하는 방법으로서, 그 방법은 다음을 포함한다: (a) 제1 브랜드 정보를 수신하는 액트; (b) 제1 소비자 유저가 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 제1 브랜드 선호도 정보를 수신하는 액트; (c) 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 액트; (d) 제1 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 액트; (e) 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 액트; (f) 제1 브랜드에게: 제1 브랜드와 관련이 있는 그리고 한 명 이상의 소비자 유저에게 고유한 상호작용 데이터; 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 제1 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 제1 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 이들의 조합을 디스플레이하는 액트.

[0012] 실시예 (1)은 또한: 복수의 브랜드로부터 추가적인 브랜드 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저가 추가적인 브랜드 정보의 추가적인 서브셋에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 브랜드 정보 및 추가적인 브랜드 정보를 필터링하는 것; 제1 소비자 유저에게, 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것; 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 것; 및 추가적인 브랜드의 각각에게: (i) 하나 이상의 추가적인 브랜드와 관련이 있는 그리고 하나 이상의 추가적인 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 한 명 이상의 소비자 유저에게 특정한 상호작용 데이터; (ii) 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; (iii) 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 (iv) 이들의 조합을 디스플레이하는 것을 포함한다.

[0013] 또한, 실시예 (1)은, 시스템 상의 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를, 제1 소비자 유저에게 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다. 디스플레이 단계 (d)는 또한, 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 포함할 수 있는데, 여기서 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 제1 소비자 유저와 관계를 갖는다.

[0014] 실시예 (1)의 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리(interest category)에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템(first brand commercial item)에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수(number) 및/또는 인구 통계(demographic) 정보를 포함한다.

[0015] 실시예 (1)에서의 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용은 다음을 포함한다: 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 의견을 제출하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 제1 브랜드 호스트 정보(first brand-hosted information) 를 보기 위해 서브셋 하나 이상의 데이터 오브젝트를 통해 클릭하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 설문조사에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관해 제1 브랜드에게 추가 정보를 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 제1 브랜드로부터 직접적으로 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 경매에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아이템이 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 제1 브랜드에게, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 또는 이들의 조합.

[0016] 실시예 (1)의 상호작용 데이터는, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 소비자 노출(impression), 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 시스템 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률(click through rate), 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0017] 실시예 (1)의 인구 통계 정보는, 성별, 민족, 나이, 수입, 교육, 주택 소유, 위치, 고용 상태, 쇼핑 이력, 개인적 관심 분야 및/또는 취미, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0018] 실시예 (1)의 비교 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수 및/또는 인구 통계 정보를 포함한다.

[0019] 실시예 (1)의 비교 상호작용 데이터는, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 더 포함할 수 있다.

[0020] 실시예 (1)의 비교 상호작용 데이터는, 옵션적으로, 정의된 시간 간격에 걸쳐 수집된다. 예를 들면, 정의된 시간 간격은, 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드 경쟁자가 시스템에 참여하는 시간 기간이다.

[0021] 실시예 (1)의 비교 상호작용 데이터는, 복수의 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터; 및/또는 복수의 브랜드 중 하나 이상의 경쟁자 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터를 더 포함한다.

[0022] 실시예 (1)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 브랜드 상표, 하나 이상의 브랜드 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 브랜드 설명, 브랜드와 관련되는 관심 분야 카테고리, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 브랜드 포트폴리오 내의 정보 관련 브랜드, 관련된 브랜드 설명, 관련된 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 일반적인 브랜드 정보를 포함한다. 예를 들면, 브랜드 미디어는, 브랜드 고유의 비디오 파일, 브랜드 고유의(brand-specific) 오디오 파일, 또는 인쇄 매체(print media)를 포함하고, 및/또는 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물(literature references), 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료(press release), 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

또한, 실시예 (1)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 상업적 아이템 상표, 상업적 아이템 설명 정보, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 관련된 제1 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 제1 브랜드의 상업적 아이템 정보를 포함한다.

[0023] 실시예 (1)의 상업적 아이템 설명 정보는, 아이템 이미지, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함한다. 예를 들면, 상업적 아이템 미디어는, 상업적 아이템 고유의 비디오 파일, 상업적 아이템 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 상업적 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0024] 실시예 (1)의 제1 브랜드 선호도 정보는, 제1 브랜드 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 포함하고, 방법은, 제1 브랜드 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제1 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 제1 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제1 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현 – 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 하나 이상의 데이터 오브젝트와 관련됨 – 을 디스플레이하는 것을 더 포함한다.

[0025] 실시예 (1)의 방법은, 추가적인 소비자 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 제1 소비자 유저 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 추가적인 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제2 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제2 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다. 실시예 (1)의 방법은 또한, 제1 브랜드 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 제1 소비자 유저 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 제1 브랜드 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제3 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 제1 브랜드 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제3 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 포함할 수 있다.

[0026] 실시예 (1)의 시스템 추적 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것에 의해 표현된다.

[0027] 실시예 (1)의 방법은, 복수의 브랜드의 추가적인 브랜드가 제1 소비자 유저에 대한 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하는 것; 및 추가적인 브랜드에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다. 실시예 (1)의 하나의 예에서, 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것, 나열하는 것, 친구맺기 하는 것(friending), 및/또는 좋아요를 표시하는 것(liking)으로서 표현된다. 시스템 추적 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것으로부터 선택될 수 있다. 예를 들면, 제1 소비자 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현(expression)은 데이터 오브젝트에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성하는데, 여기서 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 데이터 오브젝트 및 제1 소비자 유저와 관련된다. 제1 브랜드 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현은 데이터 오브젝트에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성할 수 있는데, 여기서 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 데이터 오브젝트 및 제1 브랜드 유저와 관련된다. 특정 예에서, 데이터 오브젝트에 대한 수정은 데이터 오브젝트의 모든 파생 데이터 오브젝트에 대한 수정을 생성한다. 수정은, 하나 이상의 데이터 오브젝트 엘리먼트에 대한 편집, 데이터 오브젝트에 대한 추가, 하나 이상의 데이터 오브젝트 엘리먼트의 삭제, 데이터 오브젝트에 관한 코멘트의 추가, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있다.

[0028] 실시예 (1)의 시스템은 제1 브랜드 유저를 포함할 수 있고, 방법은, 제1 브랜드 유저에게, 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 복수의 소비자 유저에 관련되는 상호작용 데이터를 디스플레이하는 것; 제1 브랜드 유저에게, 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋을 디스플레이하는 것; 제1 브랜드 유저가 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 서브셋 선호도 정보를 수신하는 것; 및 제1 브랜드 유저에게, 제1 소비자 유저 및 제1 브랜드 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 상호작용을 디스플레이하는 것을 더 포함한다.

[0029] 실시예 (1)의 방법은, 제1 브랜드 상호작용 데이터 및/또는 제1 브랜드 비교 상호작용 데이터에 응답하여, 추가적인 제1 브랜드 정보를 수신하는 것을 더 포함할 수 있다. 추가적인 제1 브랜드 정보는, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이

상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있다.

[0030] 실시예 (1)(a)는, 실시예 (1)의 방법에 의해 생성되는 제1 브랜드 정보의 서브셋에 관한 것이고, 실시예 (1)(b)는 실시예 (1)의 방법에 의해 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋에 관한 것이다.

[0031] 실시예 (2): 시스템은: 적어도 하나의 프로세서를 포함하고, 적어도 하나의 프로세서는: 제1 브랜드 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저가 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 제1 브랜드 선호도 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하도록; 제1 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록; 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하도록; 제1 브랜드에게 다음의 것을 디스플레이하도록 프로그래밍된다: 제1 브랜드와 관련이 있는 그리고 한 명 이상의 소비자 유저에게 고유한 상호작용 데이터; 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 제1 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 제1 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 이들의 조합.

[0032] 실시예 (2)의 프로세서는 또한, 복수의 브랜드로부터 추가적인 브랜드 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저가 추가적인 브랜드 정보의 추가적인 서브셋에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 브랜드 정보 및 추가적인 브랜드 정보를 필터링하도록; 제1 소비자 유저에게, 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록; 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하도록; 그리고 추가적인 브랜드의 각각에게: (i) 하나 이상의 추가적인 브랜드와 관련이 있는 그리고 하나 이상의 추가적인 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 한 명 이상의 소비자 유저에게 특정한 상호작용 데이터; (ii) 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; (iii) 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 (iv) 이들의 조합을 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다. 프로세서는 또한, 시스템 상의 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를, 제1 소비자 유저에게 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다. 프로세서는 또한, 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 프로그래밍되는데, 여기서 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 제1 소비자 유저와 관계를 갖는다.

[0033] 실시예 (2)의 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수 및/또는 인구 통계 정보를 포함할 수 있다.

[0034] 실시예 (2)에서, 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용은 다음을 포함한다: 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 의견을 제출하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 제1 브랜드 호스트 정보를 보기 위해 서브셋 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 설문조사에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관해 제1 브랜드에게 추가 정보를 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 제1 브랜드로부터 직접적으로 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 경매에 참여하는 것, 서브

셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아이템이 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 제1 브랜드에게, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 또는 이들의 조합.

[0035] 상호작용 데이터는, 실시예 (2)에서 사용되는 바와 같이, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 시스템 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 포함한다. 마찬가지로, 실시예 (2)의 인구 통계 정보는, 성별, 민족, 나이, 수입, 교육, 주택 소유, 위치, 고용 상태, 쇼핑 이력, 개인적 관심 분야 및/또는 취미, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0036] 시스템 상의 복수의 브랜드 및/또는 시스템 상의 복수의 브랜드의 서브셋과 관련한 제1 브랜드에 대한 실시예 (2)의 비교 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수 및/또는 인구 통계 정보를 포함한다. 또한, 비교 상호작용 데이터는, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 포함한다. 이 특정한 예에서 사용되는 바와 같이, 인구 통계 정보는, 성별, 민족, 나이, 수입, 교육, 주택 소유, 위치, 고용 상태, 쇼핑 이력, 개인적 관심 분야 및/또는 취미, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0037] 실시예 (2)의 비교 상호작용 데이터는 정의된 시간 간격, 예를 들면, 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드 경쟁자가 시스템에 참여한 시간 기간에 걸쳐 수집될 수 있다.

[0038] 또한, 실시예 (2)의 비교 상호작용 데이터는, 복수의 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터를 더 포함할 수 있다, 예를 들면, 비교 상호작용 데이터는 복수의 브랜드 중 하나 이상의 경쟁자 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터를 더 포함한다.

[0039] 실시예 (2)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 브랜드 상표, 하나 이상의 브랜드 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 브랜드 설명, 브랜드와 관련되는 관심 분야 카테고리, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 브랜드 포트폴리오 내의 정보 관련 브랜드, 관련된 브랜드 설명, 관련된 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 일반적인 브랜드 정보를 포함할 수 있다. 이 특정 실시예에서, 브랜드 설명 정보는, 브랜드 이미지, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 또는 이들의 조합을 포함한다. 브랜드 미디어는, 브랜드 고유의 비디오 파일, 브랜드 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0040] 실시예 (2)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 상업적 아이템 상표, 상업적 아이템 설명 정보, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 관련된 제1 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 제1 브랜드의 상업적 아이템 정보를 포함할 수 있다. 이 예에서, 상업적 아이템 설명 정보는, 아이템 이미지, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함하고; 상업적 아이템 미디어는, 상업적 아이템 고유의 비디오 파일, 상업적 아이템 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 및/또는 상업적 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0041] 실시예 (2)의 제1 브랜드 선호도 정보는, 제1 브랜드 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 포함하고, 프로세서는 또한, 제1 브랜드 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보

의 제1 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하도록; 그리고 제1 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제1 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현 – 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 하나 이상의 데이터 오브젝트와 관련됨 – 을 디스플레이하도록 프로그래밍된다. 실시예 (2)의 프로세서는 또한, 추가적인 소비자 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 제1 소비자 유저 선호도 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 추가적인 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제2 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하도록; 그리고 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제2 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다. 실시예 (2)의 프로세서는 또한, 제1 브랜드 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 제1 소비자 유저 선호도 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 제1 브랜드 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제3 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하도록; 그리고 제1 브랜드 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제3 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다.

[0042] 실시예 (2)에서 사용되는 바와 같이, 시스템 추적 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것에 의해 표현된다.

[0043] 실시예 (2)의 프로세서는 또한, 복수의 브랜드의 추가적인 브랜드가 제1 소비자 유저에 대한 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하도록; 그리고 추가적인 브랜드에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다. 예를 들면, 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것, 나열하는 것, 친구맺기하는 것, 및/또는 좋아요를 표시하는 것으로서 표현된다. 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것으로부터 선택되는 시스템 추적 선호도일 수 있다.

[0044] 실시예 (2)의 프로세서는 또한, 제1 소비자 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현에 응답하여, 파생 데이터 오브젝트를 생성하도록, 그리고 시스템의 파생 데이터 오브젝트를 데이터 오브젝트 및 제1 소비자 유저와 관련시키도록 프로그래밍될 수 있다. 이 실시예의 프로세서는 또한, 제1 브랜드 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현에 응답하여, 파생 데이터 오브젝트를 생성하도록, 그리고 시스템의 파생 데이터 오브젝트를 데이터 오브젝트 및 제1 브랜드 유저와 관련시키도록 또한 프로그래밍될 수 있다.

[0045] 실시예 (2)의 시스템은 제1 브랜드 유저를 또한 포함할 수 있고, 프로세서는 또한, 제1 브랜드 유저에게, 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 복수의 소비자 유저에 관련되는 상호작용 데이터를 디스플레이하도록; 제1 브랜드 유저에게, 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋을 디스플레이하도록; 제1 브랜드 유저가 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 서브셋 선호도 정보를 수신하도록; 그리고 제1 브랜드 유저에게, 제1 소비자 유저 및 제1 브랜드 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 상호작용을 디스플레이하도록 프로그래밍된다.

[0046] 여전히 또한, 실시예 (2)의 프로세서는 또한, 제1 브랜드 상호작용 데이터 및/또는 제1 브랜드 비교 상호작용 데이터에 응답하여 추가적인 제1 브랜드 정보를 수신하도록 프로그래밍될 수 있다, 예를 들면, 추가적인 제1 브랜드 정보는 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0047] 실시예 (2)(a)는 실시예 (2)의 시스템에 의해 생성되는 제1 브랜드 정보의 서브셋이다. 실시예 (2)(b)는 실시예 (2)의 시스템에 의해 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋이다.

[0048] 실시예 (3): 적어도 하나의 컴퓨터에 의한 실행시, 시스템상에서 브랜드 정보를 교환하는 방법을 수행하는 명령어가 기록된 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체, 시스템은 (i) 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (ii) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 구비하고, 방법은 다음을 포함한다: 제1 브랜드 정보를 수신하는 액트; 제1 소비자 유저가 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 제1 브랜드 선호도 정보를 수신하는 액트; 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 액트; 제1 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 액트; 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오

브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 액트; 제1 브랜드에게: 제1 브랜드와 관련이 있는 그리고 한 명 이상의 소비자 유저에게 고유한 상호작용 데이터; 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 제1 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 제1 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 이들의 조합을 디스플레이하는 액트.

[0049] 실시예 (3)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체의 방법은 다음을 더 포함한다: 복수의 브랜드로부터 추가적인 브랜드 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저가 추가적인 브랜드 정보의 추가적인 서브셋에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 브랜드 정보 및 추가적인 브랜드 정보를 필터링하는 것; 제1 소비자 유저에게, 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것; 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 것; 및 추가적인 브랜드의 각각에게: (i) 하나 이상의 추가적인 브랜드와 관련이 있는 그리고 하나 이상의 추가적인 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 한 명 이상의 소비자 유저에게 특정한 상호작용 데이터; (ii) 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; (iii) 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 (iv) 이들의 조합을 디스플레이하는 것. 또한, 방법은, 시스템 상의 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를, 제1 소비자 유저에게 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다.

[0050] 실시예 (3)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체의 디스플레이 단계는 또한, 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 포함할 수 있는데, 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 제1 소비자 유저와 관계를 갖는다.

[0051] 실시예 (3)의 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수 및/또는 인구 통계 정보를 포함할 수 있다.

[0052] 실시예 (3)에서의 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 제1 소비자 유저 상호작용은 다음을 포함한다: 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 의견을 제출하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 제1 브랜드 호스트 정보를 보기 위해 서브셋 하나 이상의 데이터 오브젝트를 통해 클릭하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 설문조사에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관해 제1 브랜드에게 추가 정보를 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 제1 브랜드로부터 직접적으로 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 경매에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아이템이 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 제1 브랜드에게, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 또는 이들의 조합.

[0053] 실시 형태 (3)의 상호작용 데이터는, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 시스템 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야

카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 또한 포함할 수 있다.

[0054] 인구 통계 정보는, 실시예 (3)과 관련하여 사용되는 바와 같이, 성별, 민족, 나이, 수입, 교육, 주택 소유, 위치, 고용 상태, 쇼핑 이력, 개인적 관심 분야 및/또는 취미, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0055] 또한, 실시예 (3)에서 사용되는 바와 같이, 시스템 상의 복수의 브랜드 및/또는 시스템 상의 복수의 브랜드의 서브셋과 관련한 제1 브랜드에 대한 비교 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수 및/또는 인구 통계 정보를 포함한다. 여전히 또한, 비교 상호작용 데이터는, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있다. 실시예 (3)의 하나의 예에서, 비교 상호작용 데이터는 정의된 시간 간격에 걸쳐 수집되는데, 예를 들면, 여기서, 정의된 시간 간격은 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드 경쟁자가 시스템에 참여한 시간 기간이다.

[0056] 실시예 (3)의 비교 상호작용 데이터는, 복수의 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터를 더 포함한다, 예를 들면, 비교 상호작용 데이터는 복수의 브랜드 중 하나 이상의 경쟁자 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터를 더 포함한다.

[0057] 실시예 (3)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 브랜드 상표, 하나 이상의 브랜드 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 브랜드 설명, 브랜드와 관련되는 관심 분야 카테고리, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 브랜드 포트폴리오 내의 정보 관련 브랜드, 관련된 브랜드 설명, 관련된 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 일반적인 브랜드 정보를 포함한다.

[0058] 실시예 (3)의 브랜드 설명 정보는, 브랜드 이미지, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 또는 이들의 조합을 포함한다. 예를 들면, 브랜드 미디어는, 브랜드 고유의 비디오 파일, 브랜드 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0059] 실시예 (3)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 상업적 아이템 상표, 상업적 아이템 설명 정보, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 관련된 제1 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 제1 브랜드의 상업적 아이템 정보를 포함한다. 예를 들면, 상업적 아이템 설명 정보는, 아이템 이미지, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함한다. 여전히 또한, 상업적 아이템 미디어는, 상업적 아이템 고유의 비디오 파일, 상업적 아이템 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 상업적 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0060] 실시예 (3)의 제1 브랜드 선호도 정보는, 제1 브랜드 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 포함하고, 방법은, 제1 브랜드 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제1 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 제1 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제1 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현 – 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 하나 이상의 데이터 오브젝트와 관련됨 – 을 디스플레이하는 것을 더 포함한다.

[0061] 실시예 (3)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체는, 추가적인 소비자 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 제1 소비자 유저 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 추가적인 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제2 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제2 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다.

[0062] 또한, 실시예 (3)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체는, 제1 브랜드 유저가 제1 소비자 유저에 대한

시스템 추적 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 제1 소비자 유저 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 제1 브랜드 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제3 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 제1 브랜드 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제3 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 더 포함한다. 실시예 (3)의 시스템 추적 선호도는, 데이터 오브젝트 및/또는 파생 데이터 오브젝트를 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것에 의해 표현될 수 있다. 실시예 (3)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체는, 복수의 브랜드의 추가적인 브랜드가 제1 소비자 유저에 대한 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하는 것; 및 추가적인 브랜드에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다. 이 예에서, 선호도는, 데이터 오브젝트 및/또는 파생 데이터 오브젝트를 팔로우하는 것, 나열하는 것, 친구맺기 하는 것, 및/또는 좋아요를 표시하는 것으로서 표현된다. 하나의 특정한 예에서, 선호도는 데이터 오브젝트 및/또는 파생 데이터 오브젝트를 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것으로부터 선택되는 시스템 추적 선호도이다. 또한, 다른 예에서, 제1 소비자 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현은, 데이터 오브젝트에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성하는데, 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 데이터 오브젝트, 제1 소비자 유저, 및 제1 소비자 유저와 관계를 갖는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저와 관련된다. 또한 또는 대안적으로, 제1 브랜드 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현은, 데이터 오브젝트에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성하는데, 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 데이터 오브젝트, 제1 브랜드 유저, 및 제1 브랜드 유저와 관계를 갖는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 및/또는 브랜드 유저와 관련된다. 예를 들면, 데이터 오브젝트에 대한 수정은, 데이터 오브젝트의 모든 파생 데이터 오브젝트에 대한 수정을 생성한다, 예를 들면, 수정은, 하나 이상의 데이터 오브젝트 엘리먼트에 대한 편집, 데이터 오브젝트에 대한 추가, 하나 이상의 데이터 오브젝트 엘리먼트의 삭제, 데이터 오브젝트에 관한 코멘트의 추가, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0063] 실시예 (3)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체의 시스템은 제1 브랜드 유저를 포함하고, 방법은, 제1 브랜드 유저에게, 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 복수의 소비자 유저에 관련되는 상호작용 데이터를 디스플레이하는 것; 제1 브랜드 유저에게, 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋을 디스플레이하는 것; 제1 브랜드 유저가 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 서브셋 선호도 정보를 수신하는 것; 및 제1 브랜드 유저에게, 제1 소비자 유저 및 제1 브랜드 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 상호작용을 디스플레이하는 것을 더 포함한다.

[0064] 실시예 (3)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체는 또한, (a) 일반적인 제1 브랜드 정보 및/또는 제1 브랜드의 상업적 아이템과 관련이 있는; 그리고 (b) 제1 브랜드 상호작용 데이터 및/또는 제1 브랜드 비교 상호작용 데이터에 응답하여, 추가적인 제1 브랜드 정보를 수신하는 것을 더 포함할 수 있다. 예를 들면, 추가적인 제1 브랜드 정보는, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0065] 실시예 (3)(a): 실시예 (3)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체에 의해 생성되는 제1 브랜드 정보의 서브셋.

[0066] 실시예 (3)(b): 실시예 (3)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체에 의해 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋.

[0067] 실시예 (4): 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저를 갖는 시스템 상에서 정보를 교환하는 방법, 그 방법은 다음을 포함한다: 제1 소비자 유저가 상업적 아이템 및/또는 브랜드에 대한 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 정보를 수신하는 액트; 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는 브랜드 및/또는 복수의 소비자 유저 중 적어도 몇몇에 의해 제공되는 아이템 및/또는 브랜드 정보를 수신하는 액트; 제1 소비자 유저에게 제공되는 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 아이템 및/또는 브랜드 정보를 필터링하는 액트; 및 제1 소비자 유저에게, 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 액트.

[0068] 실시예 (4)의 방법은 다음을 더 포함할 수도 있다: 복수의 브랜드로부터 추가적인 브랜드 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저가 추가적인 브랜드 정보의 추가적인 서브셋에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 추가적

인 브랜드 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 브랜드 정보 및 추가적인 브랜드 정보를 필터링하는 것; 제1 소비자 유저에게, 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것; 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 것; 및 추가적인 브랜드의 각각에게: (i) 하나 이상의 추가적인 브랜드와 관련이 있는 그리고 하나 이상의 추가적인 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 한 명 이상의 소비자 유저에게 특정한 상호작용 데이터; (ii) 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; (iii) 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 (iv) 이들의 조합을 디스플레이하는 것.

[0069] 또한, 실시예 (4)의 방법은, 시스템 상의 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를, 제1 소비자 유저에게 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다. 이 실시예의 디스플레이 단계 (d)는 또한, 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 포함할 수 있는데, 여기서 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 제1 소비자 유저와 관계를 갖는다.

[0070] 실시예 (4)는 또한, 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는 추가적인 정보를 수신하는 것; 상업적 아이템 및/또는 브랜드에 관심을 갖는 소비자 유저의 그룹에 포함되는 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 아이템 및/또는 브랜드 정보의 추가적인 서브셋을 생성하기 위해 추가적인 아이템 및/또는 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 제1 소비자 유저에게, 추가적인 아이템 및/또는 브랜드 정보의 추가적인 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 포함할 수 있다.

[0071] 실시예 (4)에서, 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현은, 제1 소비자 유저와 관계를 갖는 소비자 유저의 그룹의 소비자 유저로부터 아이템 및/또는 브랜드 정보가 수신되는 순서에 적어도 부분적으로 기초한 순서로 디스플레이될 수 있다. 대안적으로 또는 추가적으로, 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현은, 제1 소비자 유저가 대응하는 하나 이상의 상업적 아이템 및/또는 브랜드에 관심을 갖는다는 것을 나타내는 정보가 수신되는 순서에 적어도 부분적으로 기초한 순서로 디스플레이될 수 있다. 여전히 또한, 제1 소비자 유저에 의해 선택되는 각각의 상업적 아이템 및/또는 브랜드에 대한 별개의 데이터 오브젝트가 실시예 (4)에서 디스플레이된다.

[0072] 실시예 (4)(a)는 실시예 (4)의 방법에 의해 생성되는 제1 브랜드 정보의 서브셋.

[0073] 실시예 (4)(b)는 실시예 (4)의 방법에 의해 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋.

[0074] 실시예 (5): 적어도 하나의 프로세서를 포함하며, 제1 소비자 유저가 상업적 아이템 및/또는 브랜드에 대한 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 정보를 수신하도록; 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는, 복수의 소비자 유저 중 적어도 몇몇에 의해 제공되는, 아이템 및/또는 브랜드 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저에게 제공되는 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 아이템 및/또는 브랜드 정보를 필터링하도록; 그리고 제1 소비자 유저에게, 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 프로그래밍되는 시스템.

[0075] 실시예 (5)의 시스템으로서, 프로세서는 또한, 복수의 브랜드로부터 추가적인 브랜드 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저가 추가적인 브랜드 정보의 추가적인 서브셋에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 브랜드 정보 및 추가적인 브랜드 정보를 필터링하도록; 제1 소비자 유저에게, 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록; 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하도록; 그리고 추가적인 브랜드의 각각에게: (i) 하나 이상의 추가적인 브랜드와 관련이 있는 그리고 하나 이상의 추가적인 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 한 명 이상의 소비자 유저에게 특정한 상호작용 데이터; (ii) 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; (iii) 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 (iv) 이들의 조합을 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다. 프로세서는 또한, 시스템 상의 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를, 제1 소비자 유저에게 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다.

[0076] 프로세서가 또한, 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있는 실시예 (5)의 시스템, 여기서 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 제1 소비자 유저와 관계를 갖는다.

[0077] 실시예 (5)의 프로세서는 또한, 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는 복수의 소비자 유저 중 적어도 일부에 의해 제공되는 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는 추가적인 정보를 수신하도록; 제1 소비자 유저와 관계를 갖는 소비자 유저의 그룹에 포함되는 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 아이템 및/또는 브랜드 정보의 추가적인 서브셋을 생성하기 위해 추가적인 아이템 및/또는 브랜드 정보를 필터링하도록; 그리고 제1 소비자 유저에게, 추가적인 아이템 및/또는 브랜드 정보의 추가적인 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다.

[0078] 실시예 (5)의 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 하나 이상의 데이터 오브젝트와 관련될 수 있다.

[0079] 실시예 (5)의 프로세서는, 제1 소비자 유저와 관계를 갖는 소비자 유저의 그룹의 소비자 유저로부터 아이템 정보가 수신되는 순서에 적어도 부분적으로 기초하는 순서로 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다. 추가적으로 또는 대안적으로, 프로세서는, 제1 소비자 유저가 대응하는 하나 이상의 상업적 아이템에 관심을 갖는다는 것을 나타내는 정보가 수신되는 순서에 적어도 부분적으로 기초하는 순서로 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 프로그래밍될 수 있다. 실시예 (5)의 특정한 예에서, 프로세서는, 제1 소비자 유저에 의해 선택되는 각각의 상업적 아이템에 대해 별개의 데이터 오브젝트를 디스플레이하도록 프로그래밍된다.

[0080] 실시예 (5)(a): 실시예 (5)의 시스템에 의해 생성되는 제1 브랜드 정보의 서브셋.

[0081] 실시예 (5)(b): 실시예 (5)의 시스템에 의해 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋.

[0082] 실시예 (6): 적어도 하나의 컴퓨터에 의한 실행시, 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저를 갖는 시스템에서 사용하기 위한 방법을 수행하는 명령어가 기록된 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체, 그 방법은 다음을 포함한다: 제1 소비자 유저가 상업적 아이템 및/또는 브랜드에 대한 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 정보를 수신하는 액트; 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는 브랜드 및/또는 복수의 소비자 유저 중 적어도 몇몇에 의해 제공되는 아이템 및/또는 브랜드 정보를 수신하는 액트; 제1 소비자 유저에게 제공되는 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 아이템 및/또는 브랜드 정보를 필터링하는 액트; 및 제1 소비자 유저에게, 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 액트.

[0083] 실시예 (6)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체에 의해 실행되는 방법은 다음을 더 포함할 수도 있다: 복수의 브랜드로부터 추가적인 브랜드 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저가 추가적인 브랜드 정보의 추가적인 서브셋에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 브랜드 정보 및 추가적인 브랜드 정보를 필터링하는 것; 제1 소비자 유저에게, 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것; 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 것; 및 추가적인 브랜드의 각각에게: (i) 하나 이상의 추가적인 브랜드와 관련이 있는 그리고 하나 이상의 추가적인 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 한 명 이상의 소비자 유저에게 특정한 상호작용 데이터; (ii) 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; (iii) 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 (iv) 이들의 조합을 디스플레이하는 것. 옵션적으로, 방법은, 시스템 상의 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를, 제1 소비자 유저에게 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다.

[0084] 실시예 (6)의 디스플레이 단계는 또한, 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 포함할 수 있는데, 여기서 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 제1 소비자 유저와 관계를 갖는다. 게다가, 실시예 (6)은 또한, 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는 복수의 소비자 유저 중 적어도 일부에 의해 제공되는 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는 추가적인 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저와 관계를 갖는 소비자 유저의 그룹에 포함되는 소

비자 유저에게 제공되는 추가적인 아이템 및/또는 브랜드 정보의 추가적인 서브셋을 생성하기 위해 추가적인 아이템 및/또는 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 제1 소비자 유저에게, 추가적인 아이템 및/또는 브랜드 정보의 추가적인 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다.

[0085] 실시예 (6)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체는, 제1 소비자 유저와 관계를 갖는 유저의 그룹의 소비자 유저로부터 아이템 정보가 수신되는 순서에 적어도 부분적으로 기초하는 순서로 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것; 제1 소비자 유저가 대응하는 하나 이상의 상업적 아이템에 관심을 갖는다는 것을 나타내는 정보가 수신되는 순서에 적어도 부분적으로 기초하는 순서로 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것; 또는 제1 소비자 유저에 의해 선택되는 각각의 상업적 아이템에 대해 별개의 데이터 오브젝트를 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다.

[0086] 실시예 (6)(a): 실시예 (6)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체에 의해 생성되는 제1 브랜드 정보의 서브셋.

[0087] 실시예 (6)(b): 실시예 (6)의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체에 의해 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋.

[0088] 실시예 (7): 시스템 상에서 제1 브랜드와 제1 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 브랜드, 복수의 소비자 유저, 복수의 브랜드, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은 다음을 포함한다: 제1 브랜드에 의해, 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 복수의 소비자 유저에 관련되는 상호작용 데이터를 보는 액트; 및 제1 브랜드 상호작용 데이터에 응답하여 추가적인 제1 브랜드 정보를 제공하는 액트.

[0089] 실시예 (7)의 방법은 또한, 제1 브랜드에 의해, 시스템 상의 복수의 브랜드 및/또는 시스템 상의 복수의 브랜드의 서브셋과 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 비교 상호작용 데이터를 보는 것; 및 (i) 일반적인 제1 브랜드 정보 및/또는 제1 브랜드의 상업적 아이템과 관련이 있는; 그리고 (ii) 제1 브랜드 상호작용 데이터 및/또는 제1 브랜드 비교 상호작용 데이터에 응답하는 추가적인 제1 브랜드 정보를 제공하는 것을 포함할 수 있다. 옵션적으로, 보는 단계 (a) 이전에, 방법은 또한, 제1 브랜드에 의해, 일반적인 제1 브랜드 정보 및/또는 제1 브랜드의 상업적 아이템과 관련이 있는 제1 브랜드 정보를 제공하는 것을 포함할 수 있다.

[0090] 실시예 (7)의 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수 및/또는 인구 통계 정보를 포함할 수 있다.

[0091] 실시예 (7)에서, 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용은 다음을 포함할 수 있다: 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 의견을 제출하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 제1 브랜드 호스트 정보를 보기 위해 서브셋 하나 이상의 데이터 오브젝트를 통해 클릭하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 설문조사에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관해 제1 브랜드에게 추가 정보를 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 제1 브랜드로부터 직접적으로 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 경매에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아

이템이 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 제1 브랜드에게, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 또는 이들의 조합.

[0092] 실시예 (7)의 상호작용 데이터는, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 소비자 노출, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 시스템 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있다.

[0093] 실시예 (7)에서 사용되는 바와 같이, 인구 통계 정보는, 성별, 민족, 나이, 수입, 교육, 주택 소유, 고용 상태, 쇼핑 이력, 개인적 관심 분야 및/또는 취미, 또는 이들의 조합을 포함하고; 시스템 상의 복수의 브랜드 및/또는 시스템 상의 복수의 브랜드의 서브셋과 관련한 제1 브랜드에 대한 비교 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수 및/또는 인구 통계 정보를 포함한다. 비교 상호작용 데이터는, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 포함한다. 비교 상호작용 데이터는 정의된 시간 간격에 걸쳐 수집될 수 있는데, 예를 들면, 여기서, 정의된 시간 간격은 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드 경쟁자가 시스템에 참여한 시간 기간이다.

[0094] 실시예 (7)의 비교 상호작용 데이터는, 복수의 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터를 또한 포함할 수 있다, 예를 들면, 비교 상호작용 데이터는 복수의 브랜드 중 하나 이상의 경쟁자 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터를 더 포함한다.

[0095] 실시예 (7)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 브랜드 상표, 하나 이상의 브랜드 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 브랜드 설명, 브랜드와 관련되는 관심 분야 카테고리, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 브랜드 포트폴리오 내의 정보 관련 브랜드, 관련된 브랜드 설명, 관련된 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 일반적인 브랜드 정보를 포함할 수 있다. 이 특정 실시예에서, 브랜드 설명 정보는, 브랜드 이미지, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 또는 이들의 조합을 포함하고; 브랜드 미디어는, 브랜드 고유의 비디오 파일, 브랜드 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 및/또는 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0096] 실시예 (7)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 상업적 아이템 상표, 상업적 아이템 설명 정보, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 관련된 제1 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 제1 브랜드의 상업적 아이템 정보를 포함할 수 있다. 상업적 아이템 설명 정보는, 아이템 이미지, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함하고; 상업적 아이템 미디어는, 상업적 아이템 고유의 비디오 파일, 상업적 아이템 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 상업적 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0097] 실시예 (7)의 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것, 친구맺기 하는 것, 및/또는 좋아요를 표시하는 것으로서 표현될 수 있다. 예를 들면, 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것으로부터 선택되는 시스템 추적 선호도이다. 제1 소비자 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현은, 데이터 오브젝트에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성하는데, 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 데이터 오브젝트, 제1 소비자 유저, 및 제1 소비자 유저와 관계를 갖는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저와 관련된다. 대안적으로 또는 추가적으로, 제1 브랜드 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현은, 데이터 오

브젝트에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성하는데, 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 데이터 오브젝트, 제1 브랜드 유저, 및 제1 브랜드 유저와 관계를 갖는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 및/또는 브랜드 유저와 관련된다.

[0098] 실시예 (7)의 방법은, 데이터 오브젝트의 모든 파생 데이터 오브젝트에 대한 수정을 생성하는 데이터 오브젝트에 대한 수정을 포함할 수 있다. 예를 들면, 수정은, 하나 이상의 데이터 오브젝트 엘리먼트에 대한 편집, 데이터 오브젝트에 대한 추가, 하나 이상의 데이터 오브젝트 엘리먼트의 삭제, 데이터 오브젝트에 관한 코멘트의 추가, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0099] 실시예 (7)의 추가적인 제1 브랜드 정보는, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있다.

[0100] 실시예 (8): 시스템 상에서 제1 브랜드와 제1 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 브랜드, 복수의 소비자 유저, 복수의 브랜드, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은 다음을 포함한다: 제1 소비자 유저에 의해, 제1 브랜드 정보를 보는 액트; 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 액트; 및 시스템에 의해 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋을 제1 소비자 유저에 의해 보는 액트.

[0101] 실시예 (8)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 브랜드 상표, 하나 이상의 브랜드 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 브랜드 설명, 브랜드와 관련되는 관심 분야 카테고리, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 브랜드 포트폴리오 내의 정보 관련 브랜드, 관련된 브랜드 설명, 관련된 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 일반적인 브랜드 정보를 포함할 수 있다. 예를 들면, 브랜드 설명 정보는, 브랜드 이미지, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 또는 이들의 조합을 포함하고; 브랜드 미디어는, 브랜드 고유의 비디오 파일, 브랜드 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0102] 실시예 (8)의 특정 예에서, 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 상업적 아이템 상표, 상업적 아이템 설명 정보, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 관련된 제1 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 제1 브랜드의 상업적 아이템 정보를 포함한다. 예를 들면, 상업적 아이템 설명 정보는, 아이템 이미지, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함하고; 상업적 아이템 미디어는, 상업적 아이템 고유의 비디오 파일, 상업적 아이템 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 및/또는 상업적 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다. 특정한 예에서, 선호도는 데이터 오브젝트 및/또는 파생 데이터 오브젝트를 팔로우하는 것, 친구맺기 하는 것, 및/또는 좋아요를 표시하는 것으로 표현된다, 예를 들면, 데이터 오브젝트 및/또는 파생 데이터 오브젝트를 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것으로부터 선택되는 시스템 추적 선호도이다.

[0103] 예 (9): 시스템 상에서 제1 소비자 유저와 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 – 제1 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 시스템에서 연결됨 – 를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 브랜드, 복수의 소비자 유저, 복수의 브랜드, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은: 제1 소비자 유저에 의해, 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게 시스템에 의해 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋을 보는 액트; 및 제1 소비자 유저에 의해, 제1 브랜드 정보의 서브셋과의 상호작용을 보는 액트를 포함하고, 제1 브랜드 정보의 서브셋은: (i) 제1 소비자 유저 및/또는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에 의해 표현되는 선호도 – 선호도는 제1 브랜드 정보의 서브셋의 하나 이상의 멤버에 대한 것임 – ; (ii) 제1 소비자 유저 및/또는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에 의해 제공되는 코

멘트 – 코멘트는 제1 브랜드 정보의 서브셋의 하나 이상의 멤버에 관한 것이고, 코멘트는 제1 소비자 유저 및/또는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에 의해 제공됨 – ; 또는 (iii) 이들의 조합을 포함한다.

[0104] 실시예 (9)에서, 서브셋과의 상호작용은 다음을 포함할 수 있다: 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 의견을 제출하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 제1 브랜드 호스트 정보를 보기 위해 서브셋 하나 이상의 데이터 오브젝트를 통해 클릭하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 설문조사에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관해 제1 브랜드에게 추가 정보를 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 제1 브랜드로부터 직접적으로 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 경매에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아이템이 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 제1 브랜드에게, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 또는 이들의 조합을 제안하는 것.

[0105] 실시예 (9)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 브랜드 상표, 하나 이상의 브랜드 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 브랜드 설명, 브랜드와 관련되는 관심 분야 카테고리, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 브랜드 포트폴리오 내의 정보 관련 브랜드, 관련된 브랜드 설명, 관련된 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 일반적인 브랜드 정보를 포함할 수 있고; 브랜드 설명 정보는, 브랜드 이미지, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 또는 이들의 조합을 포함하고; 브랜드 미디어는, 브랜드 고유의 비디오 파일, 브랜드 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 및/또는 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0106] 실시예 (9)의 제1 브랜드 정보는 또한, 하나 이상의 상업적 아이템 상표, 상업적 아이템 설명 정보, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 관련된 제1 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 제1 브랜드의 상업적 아이템 정보를 포함할 수 있다. 상업적 아이템 설명 정보는, 아이템 이미지, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함하고; 상업적 아이템 미디어는, 상업적 아이템 고유의 비디오 파일, 상업적 아이템 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 및/또는 상업적 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0107] 실시예 (10): 시스템 – 시스템은 (i) 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (ii) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 구비함 – 상에서 브랜드 정보를 교환하는 방법으로서, 그 방법은 다음을 포함한다: 제1 브랜드 정보를 수신하는 액트; 제1 소비자 유저가 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 제1 브랜드 선호도 정보를 수신하는 액트; 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋 – 서브셋은 시스템 상의 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를 포함함 – 을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 액트; 제1 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 액트; 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 액트; 제1 브랜드에게: 제1 브랜드와 관련이 있는 그리고 한 명 이상의 소비자 유저에게 고유한 상호작용 데이터; 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 제1 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 제1 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 이들의 조합을 디스플레이하는 액트.

[0108] 실시예 (10)의 방법은 다음을 더 포함할 수도 있다: 복수의 브랜드로부터 추가적인 브랜드 정보를 수신하는 것;

제1 소비자 유저가 추가적인 브랜드 정보의 추가적인 서브셋에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 브랜드 정보 및 추가적인 브랜드 정보를 필터링하는 것; 제1 소비자 유저에게, 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것; 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 것; 및 추가적인 브랜드의 각각에게: (i) 하나 이상의 추가적인 브랜드와 관련이 있는 그리고 하나 이상의 추가적인 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 한 명 이상의 소비자 유저에게 특정한 상호작용 데이터; (ii) 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; (iii) 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 (iv) 이들의 조합을 디스플레이하는 것.

[0109] 실시예 (10)의 방법은, 시스템 상의 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를, 제1 소비자 유저에게 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다. 게다가, 실시예 (10)의 디스플레이 단계는 또한, 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 포함할 수 있는데, 여기서 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 제1 소비자 유저와 관계를 갖는다.

[0110] 실시예 (10)의 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수 및/또는 인구 통계 정보를 포함할 수 있다.

[0111] 실시예 (10)에서, 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용은 다음을 포함할 수 있다: 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 의견을 제출하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 제1 브랜드 호스트 정보를 보기 위해 서브셋 하나 이상의 데이터 오브젝트를 통해 클릭하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 설문조사에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관해 제1 브랜드에게 추가 정보를 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 제1 브랜드로부터 직접적으로 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 경매에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아이템이 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 제1 브랜드에게, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 또는 이들의 조합. 하나의 특정한 예에서, 상호작용 데이터는, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 소비자 노출, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 시스템 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0112] 실시예 (10)에서 사용되는 바와 같이, 인구 통계 정보는, 성별, 민족, 나이, 수입, 교육, 주택 소유, 고용 상태, 쇼핑 이력, 개인적 관심 분야 및/또는 취미, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0113] 실시예 (10)의 비교 상호작용 데이터는, (i) 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (ii) 하나 이상의 관심 분야 카테고리에 대한 선호도를 표현하는 소비자 유저, (iii) 제1 브랜드에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 복수의 소비자 유저 중 한 명 이상의 소비자 유저, (iv) 제1 브랜드의 상업적 아이템

에 대한 선호도를 표현하는 시스템 상의 한 명 이상의 소비자 유저, (v) 시스템의 모든 소비자 유저, 또는 (vi) 이들의 조합에 관련되는 수 및/또는 인구 통계 정보를 포함할 수 있다. 예를 들면, 비교 상호작용 데이터는, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 제1 브랜드 파생 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 토탈 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 토탈 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합을 포함한다. 하나의 예에서, 비교 상호작용 데이터는 정의된 시간 간격에 걸쳐 수집되는데, 예를 들면, 정의된 시간 간격은 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드 경쟁자가 시스템에 참여한 시간 기간이다. 추가적인 예에서, 비교 상호작용 데이터는, 복수의 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터를 더 포함한다, 예를 들면, 비교 상호작용 데이터는 복수의 브랜드 중 하나 이상의 경쟁자 브랜드와 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 랭킹 데이터를 더 포함한다.

[0114] 실시예 (10)의 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 브랜드 상표, 하나 이상의 브랜드 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 브랜드 설명, 브랜드와 관련되는 관심 분야 카테고리, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 브랜드 포트폴리오 내의 정보 관련 브랜드, 관련된 브랜드 설명, 관련된 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 일반적인 브랜드 정보를 포함할 수 있다. 브랜드 설명 정보는, 브랜드 이미지, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있고; 브랜드 미디어는, 브랜드 고유의 비디오 파일, 브랜드 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 및/또는 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다. 또한, 제1 브랜드 정보는, 하나 이상의 상업적 아이템 상표, 상업적 아이템 설명 정보, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 관련된 제1 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하는 제1 브랜드의 상업적 아이템 정보를 포함할 수 있다. 예를 들면, 상업적 아이템 설명 정보는, 아이템 이미지, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함하고; 상업적 아이템 미디어는, 상업적 아이템 고유의 비디오 파일, 상업적 아이템 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함하고; 상업적 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0115] 실시예 (10)의 제1 브랜드 선호도 정보는, 제1 브랜드 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 포함할 수 있고, 방법은, 제1 브랜드 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제1 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 제1 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제1 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현 – 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현은 시스템에서 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과 관련됨 – 을 디스플레이하는 것을 더 포함한다.

[0116] 실시예 (10)의 방법은, 추가적인 소비자 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 제1 소비자 유저 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 추가적인 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제2 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 추가적인 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제2 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다 실시예 (10)의 방법은 또한, 제1 브랜드 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 제1 소비자 유저 선호도 정보를 수신하는 것; 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하는 제1 브랜드 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 제3 보충 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 것; 및 제1 브랜드 유저에게, 제1 브랜드 정보의 제3 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 포함할 수 있다. 실시예 (10)의 시스템 추적 선호도는, 데이터 오브젝트 및/또는 파생 데이터 오브젝트를 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것에 의해 표현될 수 있다.

[0117] 실시예 (10)의 방법은, 복수의 브랜드의 추가적인 브랜드가 제1 소비자 유저에 대한 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하는 것; 및 추가적인 브랜드에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 것을 더 포함할 수 있다.

[0118] 실시예 (10)의 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것, 나열하는 것, 친구맺기 하는 것, 및/또는 좋아요를 표시하는 것으로서 표현될 수 있다. 예를 들면, 선호도는, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것 및/또는 나열하는 것으로부터 선택되는 시스

템 추적 선호도일 수 있다. 제1 소비자 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현은 데이터 오브젝트에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성할 수 있는데, 여기서 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 데이터 오브젝트 및 제1 소비자 유저와 관련된다. 추가적으로 또는 대안적으로, 제1 브랜드 유저에 의한 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 추적 선호도의 표현은 데이터 오브젝트에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성할 수 있는데, 여기서 파생 데이터 오브젝트는 시스템에서 데이터 오브젝트 및 제1 브랜드 유저와 관련된다.

[0119] 실시예 (10)의 방법은, 데이터 오브젝트의 모든 파생 데이터 오브젝트에 대한 수정을 생성하는 데이터 오브젝트에 대한 수정을 포함할 수 있다. 예를 들면, 수정은, 하나 이상의 데이터 오브젝트 엘리먼트에 대한 편집, 데이터 오브젝트에 대한 추가, 하나 이상의 데이터 오브젝트 엘리먼트의 삭제, 데이터 오브젝트에 관한 코멘트의 추가, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0120] 실시예 (10)의 시스템은 제1 브랜드 유저를 포함할 수 있고, 방법은, 제1 브랜드 유저에게, 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 복수의 소비자 유저에 관련되는 상호작용 데이터를 디스플레이하는 것; 제1 브랜드 유저에게, 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋을 디스플레이하는 것; 제1 브랜드 유저가 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 서브셋 선호도 정보를 수신하는 것; 및 제1 브랜드 유저에게, 제1 소비자 유저 및 제1 브랜드 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 상호작용을 디스플레이하는 것을 더 포함한다.

[0121] 실시예 (10)의 방법은, 제1 브랜드 상호작용 데이터 및/또는 제1 브랜드 비교 상호작용 데이터에 응답하여, 추가적인 제1 브랜드 정보를 수신하는 것을 더 포함할 수 있다. 예를 들면, 추가적인 제1 브랜드 정보는, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0122] 실시예 (10)(a): 실시예 (10)의 방법에 의해 생성되는 제1 브랜드 정보의 서브셋.

[0123] 실시예 (10)(b)는 실시예 (10)의 방법에 의해 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋.

[0124] 실시예 (10)(c): 실시예 (10)의 방법을 실시하도록 프로그래밍되는 프로세서를 포함하는 시스템.

[0125] 실시예 (10)(d): 적어도 하나의 컴퓨터에 의한 실행시, 실시예 (10) 중 임의의 하나의 방법을 수행하는 명령어가 기록된 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 저장 매체.

[0126] 실시예 (11): 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를 서브셋이 식별하는 이전의 실시예 중 임의의 하나의 시스템 및/또는 컴퓨터 판독가능 매체의 또는 이들에 의해 활용되는 방법.

[0127] 실시예 (12): 이전의 실시예 중 임의의 하나의 시스템, 이 경우, 상기 서브셋은 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를 식별한다.

[0128] 실시예 (13): 이전의 실시예 중 임의의 하나의 적어도 하나의 컴퓨터 판독가능 매체, 이 경우, 상기 서브셋은 제1 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 제1 브랜드 정보를 식별한다.

[0129] 실시예 (14): 다음을 포함하는 컴퓨터 시스템: 유저가 이용가능한 디스플레이 인터페이스를 각각 구비하는 복수의 유저 디바이스; 복수의 아이템 공급자; 데이터 오브젝트의 전역적 데이터베이스 – 각각의 데이터 오브젝트는 그 오브젝트의 고유 오브젝트 식별자 및 그 오브젝트가 관련되는 유저, 아이템 또는 공급자의 유저, 아이템, 또는 공급자 식별자를 포함하고, 데이터 오브젝트는, 타겟 유저의 타겟 유저 식별자 및 타겟 유저를 팔로우하는 유저의 팔로어 유저 식별자를 포함하는 유저 연관성 데이터 오브젝트를 포함하고, 전역적 데이터베이스는, 타겟 유저가 그들의 유저 디바이스에서 추적 명령어를 실시하게 하는 것에 의해 데이터 오브젝트 표현에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 타겟 유저 식별자와 데이터 오브젝트 표현 사이의 연관성을 생성하도록 구성됨 – ;

[0130] 타겟 유저가 데이터 오브젝트에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 연관성을 저장하도록 구성되는 전역적 추적 데이터베이스; 및

[0131] 타겟 유저가 데이터 오브젝트에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 전역적 데이터베이스 및 전역적 추

적 데이터베이스에 액세스하도록 그리고 데이터 오브젝트 표현을 팔로어 유저에게 그들의 유저 디바이스의 디스플레이 인터페이스를 통해 디스플레이하도록 구성되는 정보 교환 컴퓨터.

[0132] 실시예 (15): 그래픽 유저 인터페이스에서 유저와 상호작용하기 위한 데이터 오브젝트를 선택하는 컴퓨터 구현 방법, 그 방법은 다음을 포함한다:

[0133] 아이템 공급자로부터 데이터 스트림 – 데이터 스트림은 아이템 공급자로부터 이용가능한 아이템을 식별함 – 을 수신하는 것;

[0134] 아이템 공급자를 고유하게 식별하는 공급자 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 전역적 데이터베이스에 저장하는 것;

[0135] 데이터 스트림의 각각의 아이템에 대해, 아이템을 고유하게 식별하는 아이템 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 저장하는 것;

[0136] 유저 디바이스의 그래픽 유저 인터페이스에서, 유저 상호작용 – 상호작용은 아이템 또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 표현과의 것이고, 데이터 오브젝트를 유저를 고유하게 식별하는 유저 식별자와 관련시킴 – 을 검출하는 것;

[0137] 데이터 오브젝트와 유저 식별자 사이의 연관성을 추적 데이터베이스에 저장하는 것; 및

[0138] 추적 데이터베이스의 연관성에 기초하여 데이터 오브젝트의 커스터마이징된 데이터 세트 – 커스터마이징된 데이터 세트는 그래픽 유저 인터페이스에서의 표시를 위한 것임 – 를 선택하기 위해, 추적 데이터베이스를 사용하는 것.

[0139] 실시예 (16): 다음을 포함하는 컴퓨터 시스템:

[0140] 유저가 이용가능한 디스플레이 인터페이스를 각각 구비하는 복수의 유저 디바이스;

[0141] 복수의 아이템 공급자;

[0142] 데이터 오브젝트의 전역적 데이터베이스 – 각각의 데이터 오브젝트는 그 오브젝트의 고유 오브젝트 식별자 및 그 오브젝트가 관련되는 유저, 아이템 또는 공급자의 유저, 아이템, 또는 공급자 식별자를 포함하고, 데이터 오브젝트는, 타겟 유저의 타겟 유저 식별자 및 타겟 유저를 팔로우하는 유저의 팔로어 유저 식별자를 포함하는 유저 연관성 데이터 오브젝트를 포함하고, 전역적 데이터베이스는, 타겟 유저가 그들의 유저 디바이스에서 대화 명령어를 실시하게 하는 것에 의해 데이터 오브젝트 표현에 대한 대화를 개시하는 것에 응답하여, 그 데이터 오브젝트에 기초하여 신규의 대화 데이터 오브젝트를 생성하도록 구성됨 – ;

[0143] 타겟 유저가 데이터 오브젝트 표현에 관한 대화를 개시하는 것에 응답하여, 타겟 유저의 유저 식별자, 그 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자, 및 생성된 대화 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자 사이의 연관성을 저장하도록 구성되는 전역적 추적 데이터베이스; 및

[0144] 타겟 유저가 데이터 오브젝트 표현에 관한 대화를 개시하는 것에 응답하여, 전역적 데이터베이스 및 전역적 추적 데이터베이스에 액세스하도록 그리고 대화 데이터 오브젝트 표현을 팔로어 유저에게 그들의 유저 디바이스의 디스플레이 인터페이스를 통해 디스플레이하도록 구성되는 정보 교환 컴퓨터.

[0145] 실시예 (17): 그래픽 유저 인터페이스에서 유저와 상호작용하기 위한 데이터 오브젝트를 선택하는 컴퓨터 구현 방법, 그 방법은 다음을 포함한다:

[0146] 아이템 공급자로부터 데이터 스트림 – 데이터 스트림은 아이템 공급자로부터 이용가능한 아이템을 식별함 – 을 수신하는 것;

[0147] 아이템 공급자를 고유하게 식별하는 공급자 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 전역적 데이터베이스에 저장하는 것;

[0148] 데이터 스트림의 각각의 아이템에 대해, 아이템을 고유하게 식별하는 아이템 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 저장하는 것;

[0149] 유저 디바이스의 그래픽 유저 인터페이스에서, 유저 상호작용 – 상호작용은 아이템 또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 표현과의 것이고 데이터 오브젝트 표현에 관한 대화를 개시하는 것, 및 데이터 오브젝트 표현에 의해 표현되는 아이템 또는 아이템 공급자 및 유저를 고유하게 식별하는 대화 식별자를 갖는 대화 데이터 오브젝트를

생성하는 것을 포함함 – 을 검출하는 것;

[0150] 추적 데이터베이스에, 대화 데이터 오브젝트, 유저 및 아이템 및/또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 사이의 연관성을 생성하는 것; 및

[0151] 추적 데이터베이스의 연관성에 기초하여 데이터 오브젝트의 커스터마이징된 데이터 세트 – 커스터마이징된 데이터 세트는 그래픽 유저 인터페이스에서의 표시를 위한 것임 – 를 선택하기 위해, 추적 데이터베이스를 사용하는 것.

[0152] 실시예 (18): 시스템 상에서 제1 소비자 유저와 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 – 제1 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 시스템에서 연결됨 – 를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 브랜드, 복수의 소비자 유저, 복수의 브랜드, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은 다음을 포함한다:

[0153] a. 제1 소비자 유저에 의해, 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게 시스템에 의해 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋을 보는 액트; 및

[0154] b. 제1 소비자 유저에 의해, 제1 소비자 유저 및/또는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에 의해 개시되는 대화 – 대화는 제1 브랜드 정보의 서브셋의 하나 이상의 멤버에 관한 것임 – 를 포함하는 제1 브랜드 정보의 서브셋과의 상호작용을 보는 액트.

[0155] 실시예 (18)에서 디스플레이되는 대화는, 대화 데이터 오브젝트의 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 및 제1 소비자 유저에게 시스템에 의해 디스플레이될 수 있다. 또한, 실시예 (18)의 방법은, 제1 소비자 유저 및/또는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에 의해, 단계 (b)에서 개시되는 대화에 기초한 수정된 대화를 보는 것을 더 포함할 수 있고, 옵션적으로, 대화는 수정된 대화 데이터 오브젝트의 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게 시스템에 의해 디스플레이된다.

도면의 간단한 설명

[0156] 첨부의 도면은 본 발명을 제한하기 보다는 예시하기 위해 제공된다.

도 1a는, 프로세서, 필터 및 분석 프로그램, 집합적 브랜드 데이터 테이블(collective brand data table), 집합적 소비자 데이터 테이블을 포함하는 시스템의 개략적인 표현인데, 집합적 브랜드 데이터 테이블은, 개별 브랜드 데이터 테이블로부터 정보를 추출하고, 마찬가지로, 집합적 소비자 데이터 테이블은 개별 소비자 데이터 테이블로부터 정보를 추출한다.

도 1b 내지 도 1f는 시스템에서 하나 이상의 시스템 컴포넌트로부터 다른 것으로의 데이터의 플로우의 개략적인 예시이다.

도 1g는, 유저 A, 데이터 오브젝트 X, 파생 데이터 오브젝트 X', 및 유저 A의 팔로어인 유저 B, 유저 C, 및 유저 D 사이의 연관성의 개략적인 예시이다.

도 1h는, 데이터 오브젝트와 데이터 오브젝트 데이터베이스 내에 저장되는 데이터의 타입 및 시스템에 의해 생성되는 데이터 오브젝트 표현의 예시이다.

도 2a는 시스템 상에서 소비자 유저가 프로파일을 생성할 수 있는 방법을 예시한다.

도 3a는 시스템 상에서 사용될 수 있는 소비자 유저 프로파일 생성 화면의 하나의 예이다. 도 3b는, 시스템 상에서 프로파일을 생성하기 위해 사용될 수 있는 브랜드 선택 해제 화면의 하나의 실시예를 도시한다. 도 3c는 시스템 상에서의 프로파일 셋업 동안 소비자 유저에 의해 생성될 수 있는 하나 이상의 리스트를 도시한다.

도 3d 및 도 3e는, 시스템 상에서의 프로파일 생성 프로세스를 개략적으로 예시한다.

도 4a 내지 도 4f는, 시스템 상에서의 소비자 유저의 랜딩 페이지(landing page)의 여러 가지 실시예를 예시한다.

도 5a 내지 도 5c는, 시스템 상에서 브랜드가 프로파일을 생성할 수 있는 하나의 실시예를 예시한다.

도 6a 내지 도 6f는, 브랜드 프로파일(brand profile)을 생성하기 위해 사용되는 프로세스의 개략적인

예시이다.

도 7a 및 도 7b는 시스템 상에서의 브랜드의 랜딩 페이지의 여러 가지 실시예를 예시한다.

도 8 및 도 9는 시스템 및 시스템의 서브컴포넌트의 그래픽 표현이다.

도 10의 (a) 및 (b)는, 컴퓨터 화면 상에서의 데이터 오브젝트 표현의 세트의 디스플레이를 예시한다.

도 11의 (a) 내지 (c) 및 도 12a 내지 도 12d는, 텔레비전 화면 상에서의 데이터 오브젝트 표현의 세트의 디스플레이를 예시한다.

도 13a 내지 도 13f는, (i) 파생 데이터 오브젝트(들)를 포함하지 않는 및/또는 (ii) 시스템 상에 대화 데이터 오브젝트를 예시하는 시스템 구성의 대안적인 실시예를 예시한다.

발명을 실시하기 위한 구체적인 내용

[0157] 본 발명의 양태를 실시하기 위한 소정의 실시예의 설명이 하기에서 설명될 것이다. 예는 제한하는 것으로 간주되어야 하는 것이 아니라, 소정의 발명적 양태를 예시하도록 의도된다. 상세한 설명을 읽음에 있어서, 소정의 단어 또는 용어는, 다른 의미가 명백하지 않는 이상, 정의된 의미를 갖는다는 것을 인식하는 것이 유용할 것이다.

[0158] 본 발명은, 유저가 관심을 갖는 공급자 및 아이템을 독립적으로 연구해야 하지 않고도, 유저가 좋아하는 공급자로부터의 아이템 및 혁신안, 특히 신규의 아이템 및 개발품을 뒤처지지 않고 따라가는 방식을 유저에게 제공하는 온라인 커뮤니티를 제공한다. 시스템은 유저가 그들이 관심을 갖는 공급자와의 개인적 관계를 형성하는 것 및, 예를 들면, 온라인 소셜 네트워킹 시스템을 통해, 팔로어뿐만 아니라, 시스템의 다른 유저와 경험을 공유하는 것을 허용한다. 시스템은 유저에게 고유의 온라인 경험을 제공하는 공급자 충실도(loyalty) 및 공급자의 제품 및/또는 서비스에 관심을 갖는 유저에 관한 정보를 수집하는, 공급자를 위한 신규의 툴에 초점을 맞춘다. 시스템은, 공급자가 자신의 제품 및/또는 서비스에 관심이 있는 유저와 상호작용할 귀중한 기회를 또한 제공하면서, 유저에게 유저가 관심을 표현한 공급자 및 아이템 정보를 제시하기 위해 "푸시 양상(modality)"을 사용한다.

[0159] 시스템은 다수의 공급자에 의해 제출되는 아이템을 집성하고 그들을 커스터마이징 가능한 유저 그래픽 유저 인터페이스(graphical user interface; "GUI")에서 유저에게 제시한다. 시스템의 유저는 (시스템이, 예를 들면, 키워드 및/또는 불린(Boolean) 검색 기능성을 포함하더라도) 아이템을 검색할 필요가 없다. 대신, 신규의 또는 현존하는 아이템은, 유저로부터의 재촉이 없어도, 유저의 아이템 및/또는 공급자 선호도에 기초하여 유저에게 주기적으로 푸시된다. 유저가 그들이 좋아하는 공급자를 팔로우하는 것을 허용하는 것 외에, 시스템은 또한 유저가, 그들이 관심을 가질 수도 있는 신규의 공급자 및 아이템을 발견하는 것을 허용한다.

[0160] 또한, 유저는 자신이 좋아하는 공급자, 관심 분야, 아이템, 프로모션, 등등을 공유할 수 있는, 및/또는 아이템, 공급자, 기획된 구매, 등등에 관해 상호작용할 수 있는 연락처의 네트워크를 셋업할 수 있다(또는 시스템 상에서의 연락처의 유저의 페이지를 임포트할 수 있거나 또는 그 연락처의 유저의 페이지를, 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter), 마이스페이스(MySpace), 프렌즈터(Friendster), 유튜브, 링크드인(Linkedin), 등등을 포함하지만 이들로 제한되지는 않는 임의의 수의 소셜 네트워킹 사이트로 링크할 수 있다). 유저는, 예컨대 유저가, 예를 들면, 아이템 또는 공급자를 팔로우하는 것, 아이템 및 공급자에게 좋아요를 표시하는 것, 등등에 의해, 공급자 또는 아이템에 관심이 있다는 것을 표현하는 경우에, 시스템 상에서의 그들의 연락처의 활동을 유저 인터페이스를 통해 또는 하나 이상의 소셜 네트워킹 사이트를 통해 통지받을 수 있다. 하나의 실시예에서, 유저는 아이템 또는 공급자를 표현하는 데이터 오브젝트의 리스트를 생성할 수 있는데, 이 경우, 나열되는 아이템 또는 공급자는 유저 정의 테마, 활동, 등등에 관련된다.

[0161] 여전히 또한, 시스템은, 현존하는 그리고 잠재적인 유저와 통신하기 위한 메커니즘을 공급자에게 제공한다. 공급자는, 예를 들면, 공급자 또는 그 공급자에 의해 제공되는 아이템을 팔로우하는 것에 의해 주어진 공급자에 대한 관심을 나타낸 유저에게 속하는 임의의 정보를 공유할 수 있다. 아이템 출시전 발표, 특별 프로모션, 공급자/아이템 설문조사 및 포커스 그룹에 참여하는 것에 대한 인센티브, 등등을 유저의 이러한 목표로 하는 그룹에 푸시하는 능력은 공급자에게 극히 귀중하다.

[0162] 정의

[0163] 본원에서 사용되는 바와 같은 "컴퓨터" 또는 "컴퓨터 시스템"은, 프로세싱 엘리먼트의 수 및 위치에 무관하게,

하나 이상의 컴퓨팅 디바이스를 의미할 것이다. 예를 들면 그리고 제한 없이, 용어 컴퓨터 또는 컴퓨터 시스템은 퍼스널 컴퓨터, 데스크탑 컴퓨터, 태블릿 컴퓨터, 컴퓨터 네트워크, 개인 휴대형 정보 단말(personal digital assistant; PDA), 이동 전화(스마트폰이든, PDA 폰이든 또는 디지털 셀 폰이든), 웹 TV, 휴대형 이메일 디바이스, 게임 콘솔, 미디어 플레이어, 홈 씨어터 컴퓨터 시스템, 전지구 위치 결정 시스템(global positioning system; GPS), 및 등등을 포함한다. 또한, 컴퓨터 시스템은, 동일한 또는 상이한 위치의 상이한 컴퓨터에서 두 명 이상의 소비자 유저에 대한 액세스를, 네트워크(예를 들면, 글로벌 인터넷 및 그 월드 와이드 웹)를 통해 서버(들) 및/또는 서로 직접적으로 또는 간접적으로 접촉하여, 제공할 수 있다.

[0164] 본원에서 사용되는 바와 같은 "유저"는, 본원에서 설명되는 시스템에서 나열되는 아이템, 공급자, 브랜드, 이벤트, 또는 서비스에 대한 선호도를 갖는 개인이다. 특정한 실시예에서, 유저는 시스템에서 나열되는 상업적 아이템, 공급자, 브랜드, 이벤트, 또는 서비스에 대한 선호도를 가지며, 이 맥락에서, 유저는 "소비자" 또는 "소비자 유저"로 칭해질 수 있다. 용어 "소비자" 및 "소비자 유저"는 본원에서 양자택일적으로 사용된다. "공급자"는, 시스템 상에서 아이템, 이벤트, 및/또는 서비스를 제공하는 개인, 조직, 또는 엔티티이다. 특정한 실시예에서, 공급자는 브랜드, 예를 들면, 하나 이상의 제품 또는 제품의 카테고리의 공급자이다. "소비자 유저"는, "브랜드 유저", 예를 들면, 공급자 데이터 테이블의 공급자 정보를 액세스 및/또는 수정하도록 공급자에 의해 인가되는 개인 또는 개인의 그룹과는 구별될 수 있다. 소비자 유저는 사적인 개인일 수 있고, 반면 브랜드 유저는, 공급자, 예를 들면, 회사, 상인, 소매업자, 재판매업자, 이벤트 플래너, 서비스 공급자, 등등을 위해 일하는 자원봉사자, 직원, 또는 계약자일 수 있다.

[0165] "데이터베이스"는 본원에서 사용되는 바와 같이, 미리 정의된 의미를 갖는 정보를 저장, 검색(retrieving), 및 조작(manipulating)하기 위해 사용되는 임의의 편제된 데이터 구조 또는 구조들을 가리킨다. 제한 없이, 데이터베이스는, 플랫 파일 구조(flat file structure), 관계형 구조, 또는 임의의 다른 형태의 정보 스토리지일 수 있다. 데이터베이스는 하나 이상의 데이터 테이블을 포함할 수도 있는데, 하나 이상의 데이터 테이블은, 공급자, 브랜드, 유저 및 다른 일반적인 시스템 데이터에 관련된 데이터를 포함한다. 데이터 테이블은, 특정한 공급자, 브랜드, 소비자 유저, 등등을 고유하게 식별하도록 세분될 수 있다.

[0166] 본원에서 사용되는 바와 같은 "데이터 오브젝트"는, 아이템, 공급자, 리스트, 개인, 카테고리, 관심 분야, 등등에 관련되는 데이터를 포함하는 데이터베이스를 가리키는데, 데이터는, 그 아이템, 공급자, 리스트, 개인, 카테고리, 관심 분야, 등등의 선택가능한 공통의 시각적 표현으로 시스템에 의해 디스플레이된다. 데이터 오브젝트가 소비자 유저 및/또는 공급자에 의해 생성될 수 있고 소비자 유저 GUI 및/또는 공급자 GUI에서 시스템에 의해 디스플레이될 수 있다. 하나의 실시예에서, 시스템 상의 각각의 데이터 오브젝트와 관련되는 데이터는, 원천(origin)과는 무관하게, 다음의 엘리먼트 중 하나 이상을 포함하는, 데이터 오브젝트 표현으로서 본원에서 칭해지는 공통의 시각적 표현으로 시스템에 의해 디스플레이된다: 데이터 오브젝트 표현의 엘리먼트, 예를 들면, 타이틀, 설명, 이미지/미디어, 및 옵션적인 해설 필드(commentary field)의 표준화된 또는 커스터마이징된 레이아웃, 컬러 스킴, 서체(typeface), 및 편제. 예를 들면, 데이터 오브젝트 표현은, 타일, 보드, 아이콘, 등등을 포함할 수 있고, 특정한 실시예에서, 데이터 오브젝트 표현은, 타이틀, 아이템 이미지 및/또는 공급자 로고 또는 상표, 옵션적으로 가격 및 해설 필드를 비롯한, 표준화된 레이아웃을 포함하고, 그 결과 이 특정 실시예에서, 시스템 상에서의 각각의 데이터 오브젝트 표현은 동일한 표준화된 레이아웃을 포함한다. 아이템, 공급자, 브랜드, 리스트, 개인, 카테고리, 관심 분야, 등등에 관련된 추가적인 필드/정보를 비롯한, 그 아이템, 공급자, 브랜드, 리스트, 개인, 카테고리, 관심 분야, 등등의 더 상세한 시각적 표현을 보기 위해 데이터 오브젝트 표현이 시스템의 유저에 의해 선택될 수 있다는 점에서, 각각의 데이터 오브젝트 표현은 선택가능하다. 데이터 오브젝트 표현과 상호작용하기 위해, 예를 들면, 팔로우하는 것, 좋아요를 표시하는 것, 나열하는 것, 대화하는 것, 친구맺기 하는 것, 등등을 행하기 위해 유저가 선택할 수 있는 하나 이상의 아이콘을 그 데이터 오브젝트 표현이 포함한다는 점에서, 각각의 데이터 오브젝트 표현은 또한 선택가능하다. 따라서, 데이터 오브젝트 표현은, 그 데이터 오브젝트 표현에 의해 표현되는 아이템, 공급자, 브랜드, 리스트, 개인, 카테고리, 관심 분야, 등등에 관련되는 데이터 오브젝트(즉, 데이터베이스)에서 이용가능한 데이터를 유저가 액세스 및 상호작용하는 포털(portal)이다. 본원에서 사용되는 바와 같이, 유저는 데이터 오브젝트 표현을 보고 및/또는 데이터 오브젝트 표현과 상호작용한다.

[0167] 특정한 실시예에서, 아이템 또는 공급자와 관련이 있는 각각의 데이터 오브젝트 표현은, 소비자 유저, 시스템에서의 그 소비자 유저의 한 명 이상의 팔로어뿐만 아니라, 그 아이템 또는 공급자와 관계가 있는 공급자에 의해 제공되는 아이템 또는 공급자에 관한 코멘트를 포함하는 해설 필드를 포함한다. 따라서, 소비자 유저의 GUI 또는 공급자 GUI에서 디스플레이되는 각각의 데이터 오브젝트 표현은, 그 소비자 유저 또는 브랜드 유저를 위해,

그들의 프로파일 설정 및 선호도에 기초하여, 시스템에 의해 커스터마이징되고, 그 소비자 유저, 브랜드 유저, 그 소비자 유저 및/또는 브랜드 유저의 팔로어, 및/또는 그 소비자 유저 및/또는 브랜드 유저가 팔로우하는 자들에 의해 제공되는 코멘트를 포함한다. 시스템은, 소비자 유저의 선호도에 관련되는 데이터 오브젝트 표현을 우선적으로 디스플레이하도록 구성된다, 예를 들면, 소비자 유저가 시스템 상에서 팔로우하는 아이템, 공급자, 또는 개인에 관련되는 데이터 오브젝트 표현이 소비자 유저의 GUI에서 디스플레이된다(소비자 유저가 팔로우하지 않는 아이템, 공급자, 또는 개인과 관련이 있는 다른 데이터 오브젝트 표현이 시스템 상에서 소비자 유저에게 보일 수 있음에도 불구하고, 그러나 소비자 유저의 GUI는, 소비자 유저가 관심을 표현한 데이터 오브젝트 표현을 자동적으로 디스플레이하도록 구성된다). 시스템의 관련없는 소비자 유저는 제1 소비자 유저가 선호도를 갖는 데이터 오브젝트를 수정할 수 있지만 그러나 제1 소비자 유저가 관련없는 소비자를 팔로우하지 않기 때문에 그 수정된 데이터 오브젝트는 제1 소비자 유저의 GUI에 디스플레이되지 않는다.

[0168] 그래픽 유저 인터페이스("GUI")는, 이미지 및/또는 텍스트 커맨드를 사용하여 유저가 전자 디바이스와 상호작용하는 것을 허용하는 유저 인터페이스의 타입이다. GUI는, 유저가 그래픽 아이콘, 데이터 오브젝트 표현, 시각적 표시자(indicator) 및/또는 텍스트 기반의 인터페이스를 조작하는 것을 허용한다. 액션은 GUI의 그래픽 또는 텍스트 엘리먼트의 직접적인 조작에 의해 수행된다. 본원에서 설명되는 소정의 실시예 또는 그 컴포넌트가 데스크탑 인터페이스에 대한 참조에 의해 설명되지만, 이러한 설명은 단지 예시적인 목적을 위한 것이다. 본 발명의 취지와 범위를 벗어나지 않으면서, 시스템 및 그 컴포넌트에 대해 다양한 조정이 이루어질 수 있다는 것이 기술분야의 숙련된 자에 의해 이해될 것이다. 예를 들면, GUI 및 그 컴포넌트는, 화면마다 디스플레이될 수 있는 데이터의 양에 의존하는 임의의 포맷에서의 사용을 위해 조정될 수 있다, 예를 들면, 데스크탑 환경의 GUI는, 스마트폰의 GUI보다 화면마다 더 많은 데이터를 디스플레이할 수 있다. 포맷(예를 들면, 데스크탑 대 스마트폰)의 사이즈 제한 때문에, GUI의 외관이 조정될 수도 있지만, 시스템 기능성은 변경되지 않고 유지되며 임의의 개개의 컴퓨터 포맷에 대해 필요로 될 때 GUI를 조정하는 것은 통상의 기술자의 스킬 내에 있다. 마찬가지로, GUI의 엘리먼트는, 본 발명의 취지 또는 범위를 벗어나지 않으면서 임의의 방식으로 편제 또는 디스플레이될 수 있다. 예를 들면, GUI의 개개의 엘리먼트 또는 필드의 레이아웃, 예를 들면, 검색 필드, 데이터 테이블, 데이터 오브젝트 표현, 아이템 또는 공급자 정보, 소비자 및/또는 공급자 프로파일의 엘리먼트, 등등의 상대적 위치는, 시스템 기능성을 변경하지 않고도, 조정될 수 있다. 그리고 시스템이 하나 이상의 GUI 레이아웃에 대한 참조에 의해 본원에서 예시되고 설명되지만, 이들 엘리먼트는 단지 예시적인 목적을 위한 것이며 본 발명의 범위를 제한하는 것으로 해석되지 않아야 한다.

[0169] 본원에서 사용되는 바와 같은 "아이템"은 제품, 서비스, 이벤트, 등등이다. 아이템은 상업적 아이템, 예를 들면, 컴포넌트 및 아이템 또는 서비스의 임의의 조합을 포함하지만 이들로 제한되지는 않는, 일반 대중에 의해 통상적으로 사용되는 타입의 용품 및 서비스뿐만 아니라, 지원, 어드바이스 또는 트레이닝을 제공하는 관리 및 전문적 지원 서비스일 수 있다.

[0170] 공급자 또는 유저는 아이템 또는 공급자에 관한 "공급자 정보"를 제공할 수 있다. 특정한 실시예에서, 공급자가 브랜드이면, 브랜드 또는 유저는 아이템 또는 브랜드에 관한 "브랜드 정보"를 제공할 수 있다. 공급자 정보는, 공급자에 관한 일반적인 정보뿐만 아니라, 상업적 아이템 정보를 포함한다. 특정한 실시예에서, 브랜드 정보는 일반적인 브랜드 정보 및 상업적 아이템 정보를 포함한다. 일반적인 공급자 정보는, 하나 이상의 공급자 상표, 하나 이상의 공급자 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 공급자 설명, 공급자와 관련되는 관심 분야 카테고리에 관련되는 정보, 공급자 미디어, 공급자 구매 정보, 소매 정보, 공급자 프로모션 정보, 공급자 포트폴리오 내의 정보 관련 공급자, 관련된 공급자 설명, 관련된 공급자 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는, 별개의 아이템에 구체적으로 관련되지 않는 공급자에 관한 정보를 포함한다. 공급자가 브랜드인 특정한 실시예에서, 일반적인 브랜드 정보는, 하나 이상의 브랜드 상표, 하나 이상의 브랜드 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 브랜드 설명, 브랜드와 관련되는 관심 분야 카테고리, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 브랜드 포트폴리오 내의 정보 관련 브랜드, 관련 브랜드 설명, 관련 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는, 별개의 아이템에 구체적으로 관련되지 않는 브랜드에 관한 정보를 포함한다. 상업적 아이템 정보는, 하나 이상의 상업적 아이템 상표, 상업적 아이템 설명 정보, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 관련된 제1 브랜드 제품, 또는 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 특정 아이템에 관한 것이다.

[0171] 유저는, 시스템 상의 데이터 오브젝트에 의해 표현되는 아이템, 공급자 및/또는 다른 유저(예를 들면, 소비자 유저 및/또는 브랜드 유저)에 대한 "선호도"를 가질 수 있다. 다른 유저, 아이템, 또는 공급자에 대한 한 유저

에 의해 표현되는 시스템 상에서의 "선호도"는, 예를 들면, 그 유저, 아이템, 또는 공급자를 의미하는 데이터 오브젝트 표현을 "팔로우하는" 것(이것은 한 명의 유저가 다른 유저, 아이템 또는 공급자의 시스템 활동을 추적하는 것을 가능하게 한다); 예를 들면, 한 명의 유저가 연락처의 다른 그룹에 가입하려고 요청하고 다른 유저가 그 요청을 수락 또는 거절하고, 초대를 수락하는 것에 의해, 제1 유저는 다른 유저의 시스템 활동을 추적할 수 있는 "친구맺기"하는 것; 아이템, 유저, 또는 공급자를 표현하는 데이터 오브젝트에 좋아요를 표시하는 것(이것은 그 아이템 또는 공급자에 관련되는 활동을 유저가 추적하는 것을 허용하지 않는 방식으로 그 아이템 또는 공급자에 대한 편애를 유저가 나타내는 것을 가능하게 한다); 아이템 또는 공급자를 표현하는 데이터 오브젝트를 "나열하는" 것(이것은 유저가 그 아이템, 공급자, 또는 개인을, 그 유저에 의해 생성되는 하나 이상의 리스트에 포함시키는 것을 허용한다); 및/또는 유저, 아이템, 또는 공급자를 나타내는 데이터 오브젝트에 관해 "대화하는" 것(이것은 대화를 개시하는 유저 및 소스 데이터 오브젝트와 관련되는 대화 데이터 오브젝트 표현을 생성하고, 그 대화 데이터 오브젝트 표현은 대화를 개시하는 유저의 팔로우에게 가시적이다)에 의해 표현된다.

[0172] 바람직한 실시예에서, 시스템의 소비자 유저는, 아이템, 공급자, 또는 개인에 대한 선호도를, 그 아이템, 공급자 또는 개인을 의미하는 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것, 나열하는 것, 대화하는 것, 또는 좋아요를 표시하는 것에 의해 표현한다. 시스템의 하나의 특정한 실시예에서, 아이템, 개인, 또는 브랜드를 의미하는 데이터 오브젝트 표현을 제1 유저가 팔로우하는 경우, 팔로우된(followed) 데이터 오브젝트에 대한 제1 유저의 시스템 활동의 아이덴티티 및 하나 이상은, 그 제1 유저 및/또는 제1 유저가 팔로우하는 다른 유저를 팔로우하는 시스템의 다른 유저에게 보일 수 있다. 특히, 팔로우된 데이터 오브젝트 표현은 제1 유저의 GUI에서 디스플레이될 것이고 그것은 또한 제1 유저의 팔로어 및/또는 제1 유저에 의해 팔로우되는 자의 GUI에서 디스플레이될 수도 있다. 또한, 제1 유저와 관계를 갖지 않는 시스템의 다른 유저는 시스템 상의 그/그녀의 유저 프로파일 하에서 그/그녀의 팔로우된 데이터 오브젝트 표현을 또한 볼 수 있지만, 제1 유저의 팔로우된 데이터 오브젝트 표현은, 제1 유저 및/또는 제1 유저가 팔로우하는 유저를 팔로우하는 다른 유저의 GUI 상에서만 자동적으로 디스플레이될 것이다. (물론, 시스템은, 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 추가적인 상호작용, 예를 들면, 나열하는 것, 대화하는 것, 또는 좋아요를 표시하는 것이, 시스템의 다른 유저에게 자동적으로 디스플레이되는 것을 가능하게 하도록 조정될 수 있고 및/또는 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 액션과 동일한 방식에서의 시스템 상에서의 유저의 팔로어의 세트는 자동적으로 디스플레이된다.) 시스템 상의 다른 소비자 유저에 대한 선호도를 표현하는 한 소비자 유저와 관련하여, 예를 들면, 그 개인을 의미하는 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것에 의해, 한 소비자 유저와 다른 유저 사이의 시스템 상에서의 이러한 상호작용은, 시스템 상에서 "관계" 및/또는 연결을 갖는 개인에게 링크될 수 있다. 상기에서 설명되는 선호도는, 소비자 유저 및/또는 브랜드 유저에 의해 그/그녀 자신을 대신하여 또는 그/그녀가 시스템 상에서 표현하도록 인가되는 공급자를 대신하여 표현될 수 있다.

[0173] 시스템 상에서 표현될 수 있는 선호도의 하나의 타입은, "시스템 추적 선호도", 즉, 아이템, 공급자, 소비자 유저, 등등을 표현하는 그 데이터 오브젝트에 대한 한 명의 소비자 유저(또는 브랜드 유저)에 의해 취해지는, 액터(즉, 선호도를 표현하는 소비자 유저)가 그 데이터 오브젝트와 관련되는 아이덴티티 및 시스템 활동을 추적하는 것을 가능하게 하는 액션이다. 바람직한 실시예에서, 시스템의 소비자 유저는, 아이템, 공급자, 또는 개인에 대한 선호도를, 그 아이템, 공급자 또는 개인을 의미하는 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것, 나열하는 것, 대화하는 것, 또는 좋아요를 표시하는 것에 의해 표현한다. 특정한 실시예에서, 아이템, 개인, 또는 브랜드를 의미하는 데이터 오브젝트 표현을 제1 유저 또는 브랜드가 팔로우하면, 팔로우하는 액트는, 제1 소비자 유저가 시스템 추적 선호도를 표현한 다른 소비자 유저, 공급자, 아이템, 등등의 시스템 활동을 그/그녀가 보고 추적하는 것을 가능하게 하는 시스템 추적 선호도의 표현을 구성한다. (다시 한 번, 시스템은, 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 추가적인 상호작용, 예를 들면, 나열하는 것, 대화하는 것, 또는 좋아요를 표시를 하는 것이, 액터가 그 데이터 오브젝트와 관련되는 아이덴티티 및 시스템 활동을 추적하는 것을 가능하게 하는 "시스템 추적 선호도"를 구성하는 것을 가능하게 하도록 조정될 수 있다.

[0174] 상기에서 설명되는 바와 같이, 공급자 또는 소비자 유저는 아이템 또는 공급자에 관련되는 데이터 오브젝트를 생성한다. 특정한 실시예에서, 다른 유저가 그 데이터 오브젝트를 팔로우하면, 시스템은 팔로어(및 그/그녀의 팔로어)에 대해 고유한 그리고 가시적인 파생 데이터 오브젝트를 생성한다. 오리지널 데이터 오브젝트 표현(또는 소스 데이터 오브젝트)은, 예를 들면, 시스템의 추가적인 유저에 의해 좋아요가 표시될 수 있거나, 나열될 수 있거나, 또는 팔로우될 수 있지만, 그러나 이 실시예에서, 팔로우하는 액트(즉, 시스템 추적 선호도의 표현)는 파생 데이터 오브젝트를 생성하고 그 파생 데이터 오브젝트 표현은 팔로어 및 그/그녀의 팔로어에게 가시적이다. 마찬가지로, 공급자가 시스템 상의 다른 공급자 또는 소비자 유저에 의해 생성되는 데이터 오브젝트 표현을 팔로우할 것을 택하면, 시스템은, 그 공급자 및 그 공급자의 팔로어에게 고유하고 가시적인 파생 데이터

오브젝트를 생성한다. (이것은 시스템 구성의 하나의 예이고 숙련된 기술자는, 파생 데이터 오브젝트를 생성하는 시스템 추적 선호도를 구성하는 상호작용의 리스트를 확장시키도록 시스템이 조정될 수 있다는 것을 쉽게 인식할 것이다.)

[0175] 시스템의 대안적인 실시예에서, 유저가 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하면, 시스템은 상기에서 설명되는 바와 같은 파생 데이터 오브젝트를 생성하지 않는다. 대신, 시스템은, 그 데이터 오브젝트와 데이터 오브젝트를 팔로우한 유저 사이의 연관성을 생성하고 그 연관성은 전역적 추적 데이터베이스에 저장된다. 이 대안적인 실시예에서, 일단 유저가 데이터 오브젝트를 팔로우하면, 시스템은 그 데이터 오브젝트의 데이터 오브젝트 표현을 유저 및 그/그의 팔로어에게 디스플레이한다.

[0176] 아이템, 공급자, 또는 다른 유저를 의미하는 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것은, 유저가 데이터 오브젝트 표현(또는 파생 데이터 오브젝트 표현)과 가질 수 있는 "상호작용"의 하나의 형태이다. 데이터 오브젝트와의 "상호작용"은, 본원에서 사용되는 바와 같이, 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 코멘트하는 것, 소스 데이터 오브젝트에 기초하여 대화 데이터 오브젝트를 생성하는 것, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 대화 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 데이터 오브젝트 표현 및/또는 대화 데이터 오브젝트 표현에 관한 의견을 제출하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 대한 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 데이터 오브젝트 표현 통해 클릭하는 것, 제1 공급자 호스트 정보(first provider-hosted information)를 보기 위해 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 관한 설문조사에 참여하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 관해 공급자에게 추가 정보를 요청하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 제1 공급자로부터 직접적으로 구매하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 관한 경매에 참여하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아이템이 제1 공급자 및/또는 제1 공급자의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 제1 공급자에게, 데이터 오브젝트에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 하나 이상의 리스트로부터 데이터 오브젝트 표현을 제거하는 것("리스트에서 제거"(de-listing)), 데이터 오브젝트 표현을 개인 또는 그룹과 공유하는 것, 예를 들면, 데이터 오브젝트 표현(또는 데이터 오브젝트에 대한 하이퍼링크)를 이메일로 보내는 것, 소셜 네트워킹 시스템, 등등 상의 그 데이터 오브젝트 표현에 대한 하이퍼링크를 포함하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 "싫어요를 표시하는"(un-liking) 것, 예를 들면, 소비자 유저의 프로파일에서 좋아요가 표시된 데이터 오브젝트 표현의 리스트로부터 그 데이터 오브젝트 표현을 제거하는 것, "친구해제하는" 것, 예를 들면, 소비자 유저의 프로파일의 "친구"의 리스트로부터 그 데이터 오브젝트 표현을 제거하는 것, 또는 이들의 조합을 포함하지만, 그러나 이들로 제한되지는 않는다.

[0177] 본원에서 설명되는 시스템이 아이템 또는 공급자에 관한 정보를 관리하는 및/또는 교환하는 방법으로 제한되는 것이 아니라, 본원에서 설명되는 시스템은, 예를 들면, 상인과 고객 사이의, 이벤트 플래너와 참석자 사이의, 서비스 공급자와 고객 사이의, 회사 엔티티 내에서 그 회사의 직원 사이의, 등등의 임의의 타입의 정보를 관리하는 및/또는 교환하는 방법으로 또한 확장될 수 있다는 것이 숙련된 기술자에 의해 이해될 것이다. 특정한 실시예에서, 본원에서 설명되는 시스템은, 상업적으로 이용가능한 아이템, 공급자, 브랜드, 서비스, 이벤트, 등등에 관한 정보를 교환하는 방법에 관한 것이다. 특정한 실시예에서, 시스템 상에서 교환되는 및/또는 관리되는 정보의 세트는 상업적으로 이용가능한 아이템, 브랜드, 서비스, 이벤트, 등등에 균일하게 관련된다. 다른 소셜 네트워킹 사이트, 예를 들면, 페이스북, 트위터, 등등이 아이템 또는 공급자 관련 게시물 및/또는 코멘트를 포함할 수 있지만, 그것은 사이트의 목적, 즉, 임의의 목적을 위한 유저 사이의 소셜 상호작용을 장려하기 위한 사이트의 목적에 부수적인 것이다. 대조적으로, 본 시스템은 유저와 상업적 아이템, 브랜드, 서비스, 이벤트, 등등에 관한 공급자 사이의 소셜 상호작용을 장려한다.

[0178] 커스터마이징 가능한 데이터 관리 시스템

[0179] 본 발명은, 시스템 상에서의 유저의 선호도 및 관계에 기초하여, 시스템의 특정한 유저에 대해 커스터마이징되는 데이터세트를 합성하기 위해 시스템을 통해 데이터를 전송하는 능률화된 방법을 제공한다. 그 커스터마이징된 데이터세트는 유저의 GUI에서 디스플레이된다. 마찬가지로, 시스템은, 시스템 상의 각각의 개별 유저 및 공급자에 대한 커스터마이징된 데이트세트를 합성하고 그 고유한 커스터마이징된 데이터세트를 유저의/공급자의 GUI에서 디스플레이한다. 시스템 상의 각각의 유저, 공급자, 아이템, 카테고리, 및 데이터 오브젝트가 고유의

식별자를 포함하기 때문에, 시스템 상의 참가자(유저 또는 공급자)가 데이터 오브젝트에 대한 선호도를 (예를 들면, 데이터 오브젝트 표현을 통해) 표현할 때마다, 그 액션은, 표현되는 선호도의 타입에 따라, 시스템에서 유저(또는 공급자) 및, 원래의 데이터 오브젝트이든 및/또는 파생 데이터 오브젝트이든, 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과 고유하게 관련된다. 유저가 시스템 추적 선호도를 표현하면, 파생 데이터 오브젝트가 생성되어 유저와 고유하게 관련되고; 그 다음 시스템은 유저의 팔로어의 서브셋을 생성하고, 유저의 팔로어가 시스템 상에서의 유저의 활동을 통지받도록, 그 데이터 오브젝트에 대한 참조(reference)를 팔로어의 GUI의 하나 이상의 섹션, 채널, 또는 피드로 카피한다. 한편, 시스템 추적 선호도를 구성하지 않는 선호도를 유저가 표현하면, 파생 데이터 오브젝트는 생성되지 않지만, 원래의 데이터 오브젝트에 대한 유저의 선호도는 시스템에 기록되고 시스템은 그 원래의 데이터 오브젝트에 대한 참조를 유저의 GUI의 하나 이상의 섹션, 채널, 또는 피드로 카피한다.

[0180] 특히, 각각의 유저, 아이템, 공급자, 카테고리, 브랜드, 등등은, 시스템에서 데이터 오브젝트와 관련되고, 시스템 상의 각각의 데이터 오브젝트, 유저, 공급자, 카테고리, 및 아이템은 시스템에서 고유의 식별자(ID)와 관련된다. 각각의 데이터 오브젝트(및 파생 데이터 오브젝트)는, 그것을 생성한 유저의 유저 ID뿐만 아니라, 그 데이터 오브젝트와 관련되는 공급자 ID에 대한 참조를 포함하고, 모든 데이터 오브젝트(및 파생 데이터 오브젝트) 및 이들과 관련되는 고유의 식별자는 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스에 저장된다. 하나의 실시예에서, 유저 A가 데이터 오브젝트 X를 팔로우할 것을 선택하면(즉, 유저가 데이터 오브젝트 X에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하면), 시스템은 식별자 X'을 갖는 파생 데이터 오브젝트를 생성한다. 그 다음, 시스템은 유저 A, 데이터 오브젝트 X, 및 데이터 오브젝트 X' 사이의 연관성을 생성하고, 그 연관성은 전역적 추적 데이터베이스에 저장된다. 따라서, 이 특정 예에서, 생성되는 연관성은 다음의 데이터를 포함한다: 유저 A, 데이터 오브젝트 X, 및 데이터 오브젝트 X'. 그 다음, 시스템은 시스템 상의 유저 A의 팔로어, 예를 들면, 유저 B, 유저 C 및 유저 D의 데이터세트에 대해 전역적 추적 데이터베이스를 조사한다. 유저 A가 팔로어를 갖지 않으면, 파생 데이터 오브젝트 X'(즉, 파생 데이터 오브젝트 X' 표현)이 하나 이상의 유저 A가 커스터마이징한 채널 또는 피드(user A customized channel or feed), 예를 들면, 시스템 상에서의 유저 A의 최근의 활동에 관련되는 채널 또는 피드에서 디스플레이된다. 유저 A가 팔로어, 예를 들면, 유저 B를 가지면, 시스템은 파생 데이터 오브젝트 X' 표현을, 유저 B에게 신규인 데이터 오브젝트 표현을 시스템 상에서 디스플레이하도록 설계되는 유저 B가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 디스플레이하고; 그리고 마찬가지로, 유저 A가 추가적인 팔로어, 예를 들면 유저 C 및 유저 D를 가지면, 시스템은 파생 데이터 오브젝트 X' 표현을, 각각, 유저 C가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 그리고 유저 D가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 디스플레이한다.

[0181] 대안적인 실시예에서, 유저 A가 데이터 오브젝트 X를 팔로우할 것을 선택하면(즉, 유저가 데이터 오브젝트 X에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하면), 시스템이 유저 A와 데이터 오브젝트 X 사이의 연관성을 생성하고 그 연관성이 전역적 추적 데이터베이스에 저장되지만, 시스템은 파생 데이터 오브젝트를 생성하지 않는다. 따라서, 이 특정한 대안적인 실시예에서, 생성되는 연관성은 다음의 데이터를 포함한다: 유저 A 및 데이터 오브젝트 X. 그 다음, 시스템은 시스템 상의 유저 A의 팔로어, 예를 들면, 유저 B, 유저 C 및 유저 D의 데이터세트에 대해 전역적 추적 데이터베이스를 조사한다. 유저 A가 팔로어를 갖지 않으면, 데이터 오브젝트 X 표현은 하나 이상의 유저 A가 커스터마이징한 채널 또는 피드, 예를 들면, 시스템 상에서의 유저 A의 최근의 활동에 관련되는 채널 또는 피드에서 디스플레이된다. 유저 A가 팔로어, 예를 들면, 유저 B를 가지면, 시스템은 데이터 오브젝트 X 표현을, 유저 B에게 신규인 데이터 오브젝트 표현을 시스템 상에서 디스플레이하도록 설계되는 유저 B가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 디스플레이하고; 그리고 마찬가지로, 유저 A가 추가적인 팔로어, 예를 들면 유저 C 및 유저 D를 가지면, 시스템은 데이터 오브젝트 X 표현을, 각각, 유저 C가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 그리고 유저 D가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 디스플레이한다.

[0182] 상기에서 설명되는 바와 같이, 데이터 오브젝트를 팔로우하는 액트는, 팔로어와 데이터 오브젝트 사이의 연관성을 생성하는 시스템 추적 선호도를 구성하고, 옵션적으로, 시스템은 팔로우된 데이터 오브젝트 표현에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성한다. 시스템의 하나의 특정한 실시예에서, 데이터 오브젝트 표현에 좋아요를 표시하는 액트는, 좋아요가 표시된 데이터 오브젝트 표현과 그 표현에 좋아요를 표시한 유저 사이에서 연관성이 생성되지만, 시스템 추적 선호도를 생성하지 않는다. 따라서, 이 특정 실시예에서, 유저 A가 데이터 오브젝트 X 표현에 좋아요를 표시하면, 그 선호도는 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스의 데이터 오브젝트 X와 관련되고, 마찬가지로, 데이터 오브젝트 X에 대한 유저 A의 선호도는 유저 A의 프로파일에 저장되지만, 그러나 시스템은 파생 데이터 오브젝트를 생성하지 않는다. 유저 A와 데이터 오브젝트 X 사이의 연관성이 생성되어 전역적 추적 데이터베이스 및/또는 추가적인 추적 데이터베이스에 저장되는데, 추가적인 추적 데이터베이스는 전역적 추적 데이터베이스 또는 시스템의 별개의 데이터베이스의 컴포넌트일 수도 있다. 시스템은, 유저 A의 GUI

섹션, 채널 또는 피드 중 하나 이상뿐만 아니라 유저 A의 팔로어의 하나 이상의 섹션, 채널, 또는 피드에서, 데이터 오브젝트 X 표현을 디스플레이한다.

[0183] 다른 데이터 전송 및 관리 실시예가 제공되는데, 다른 데이터 전송 및 관리 실시예에서, 시스템은, 시스템의 유저에게 그/그녀의 커스터마이징 가능한 GUI에서 이전에 디스플레이되지 않은 데이터 오브젝트 표현의, 신규 채널(New Channel)로 칭해지는 커스터마이징 가능한 섹션, 채널 또는 피드를 생성한다. 이 실시예에서, 유저가 그/그녀의 신규 채널을 볼 것을 선택하면, 시스템은 신규 채널에서 이전에 디스플레이된 데이터 오브젝트의 데이터세트를 검색하고, 유저의 신규 채널에서 이전에 디스플레이되지 않은 오브젝트에 대해 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스에게 질의하고, 신규의 데이터 오브젝트의 데이터세트를 생성하고, 시스템 상에서 이전에 디스플레이된 또는 보여진 데이터 오브젝트를 삭제하고, 데이터세트의 신규의 데이터 오브젝트 표현을 신규 채널에서 디스플레이한다. 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스에서 어떠한 신규의 데이터 오브젝트도 이용가능하지 않으면, 시스템은 신규 채널이 비어 있다는 메시지를 GUI를 통해 유저에게 디스플레이한다. 하나의 실시예에서, 시스템은, 예를 들면, 브라우저의 자바스크립트를 통해, 데이터 오브젝트 표현이 GUI에서 디스플레이되었다는 것을 검출하는 것에 의해, 데이터 오브젝트 표현을 유저가 봤는지의 여부를 결정할 수 있고, 신규 채널 데이터 테이블로부터 데이터 오브젝트를 제거할 것을 시스템에게 지시하기 위해 메시지가 서버로 전송된다. 신규 채널이 리프레시되는 경우, 그 데이터 오브젝트 표현은 더 이상 디스플레이되지 않을 것이다. 대안적으로, 시스템은 유저에 의해 그/그녀의 브라우저에서 실제 "뷰"를 검출하지 않을 수도 있지만, 대신, 신규 채널에서 제시된 데이터 오브젝트의 목록을 단순히 유지하고, 일단 제시되면, 그 데이터 오브젝트에 대한 참조가 신규 채널 데이터 테이블로부터 삭제된다. 또 다른 대안예에서, 시스템은, 선택된 시간 내에, 예를 들면, 한 주, 한 달, 세 달, 등등 내에, 신규 채널의 제1 디스플레이로부터 데이터 오브젝트에 대한 참조를 삭제할 수 있다.

[0184] 시스템은, 시스템 상의 각각의 유저 또는 공급자에 대해, 그들이 시스템 상에서 보고자 할 정보의 타입에 따라, 커스터마이징되는 다양하고 합성된 데이터세트를 생성하기 위해 이 방법을 사용한다. 하나의 실시예에서, 본 발명은 그래픽 유저 인터페이스에서 유저와 상호작용하기 위한 데이터 오브젝트를 선택하는 컴퓨터 구현 방법을 제공하는데, 그 방법은 다음을 포함한다: 아이템 공급자로부터 데이터 스트림 – 데이터 스트림은 아이템 공급자로부터 이용가능한 아이템을 식별함 – 을 수신하는 것; 아이템 공급자를 고유하게 식별하는 공급자 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 전역적 데이터베이스에 저장하는 것; 데이터 스트림의 각각의 아이템에 대해, 아이템을 고유하게 식별하는 아이템 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 저장하는 것; 유저 디바이스의 그래픽 유저 인터페이스에서, 유저 상호작용 – 상호작용은 아이템 또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트와의 것이고, 유저를 고유하게 식별하는 유저 식별자를 갖는 유저 데이터 오브젝트를 생성함 – 을 검출하는 것; 추적 데이터베이스에, 유저 데이터 오브젝트와 아이템 및/또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 사이의 연관성을 생성하는 것; 및 추적 데이터베이스의 연관성에 기초하여 데이터 오브젝트의 커스터마이징된 데이터 세트 – 커스터마이징된 데이터 세트는 그래픽 유저 인터페이스에서의 표시를 위한 것임 – 를 선택하기 위해, 추적 데이터베이스를 사용하는 것.

[0185] 또한, 본 발명은 다음을 포함하는 컴퓨터 시스템을 제공한다: 유저가 이용가능한 디스플레이 인터페이스를 각각 구비하는 복수의 유저 디바이스; 복수의 아이템 공급자; 데이터 오브젝트 – 각각의 데이터 오브젝트는 그 오브젝트의 고유의 데이터 오브젝트 식별자 및 그 데이터 오브젝트가 관련되는 유저, 아이템 또는 공급자의 유저, 아이템, 또는 공급자 식별자를 포함함 – 의 전역적 데이터베이스; (i) 각각의 아이템 공급자에 대한, 그 공급자의 고유의 공급자 식별자 및 그 공급자에 의해 제공되는 아이템의 하나 이상의 아이템 식별자를 포함하는 각각의 공급자 데이터 테이블; (ii) 각각의 유저에 대한, 그 유저의 고유의 유저 선호도 및 그 유저가 선호도를 표현한 아이템, 공급자 및/또는 카테고리에 대한 하나 이상의 아이템 식별자, 공급자 식별자, 및/또는 카테고리 식별자를 포함하는 각각의 유저 데이터 테이블; 및 (iii) 적어도 제1 유저에 대해 선택되는 데이터 테이블의 커스터마이징된 세트 – 커스터마이징된 세트는, 제1 유저 데이터 테이블에 포함되는 아이템 및/또는 공급자 식별자에 기초하여, 유저 데이터 테이블 및 공급자 데이터 테이블로부터 선택됨 – 를 저장하는 컴퓨터 스토리지; 제1 유저의 유저 디바이스에서 연관성 명령어를 실시하게 하는(instigating) 것에 의해 제1 유저가 공급자 또는 아이템에 대한 추가적인 선호도를 표현하는 것에 응답하여, 그 제1 유저의 유저 식별자를, 그 공급자 또는 식별자의 공급자 또는 아이템 식별자를 포함하는 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자와 관련시키도록 구성되는 전역적 추적 데이터베이스; 및 제1 유저가 아이템 또는 공급자에 대한 추가적인 관심을 표현하는 것에 응답하여, 제1 유저의 커스터마이징된 세트에 포함시키기 위한 하나 이상의 추가적인 공급자 데이터 테이블 및/또는 유저 데이터 테이블을 선택하여 그 세트를 업데이트하도록, 그리고 제1 유저의 유저 디바이스의 디스플레이 인터페이스를 통해 제1 유저에게 디스플레이하기 위한 적어도 하나의 데이터 오브젝트를 제1 유저의 업데이트된 세트에 기

초하여 선택하도록 구성되는 정보 교환 컴퓨터.

[0186] 또한, 다음을 포함하는 컴퓨터 시스템이 제공된다: 유저가 이용가능한 디스플레이 인터페이스를 각각 구비하는 복수의 유저 디바이스; 복수의 아이템 공급자; 데이터 오브젝트의 전역적 데이터베이스 - 각각의 데이터 오브젝트는 그 오브젝트의 고유 오브젝트 식별자 및 그 오브젝트가 관련되는 유저, 아이템 또는 공급자의 유저, 아이템, 또는 공급자 식별자를 포함하고, 데이터 오브젝트는, 타겟 유저의 타겟 유저 식별자 및 타겟 유저를 팔로우하는 유저의 팔로어 유저 식별자를 포함하는 유저 연관성 데이터 오브젝트를 포함하고, 전역적 데이터베이스는, 타겟 유저가 그들의 유저 디바이스에서 추적 명령어를 실시하게 하는 것에 의해 데이터 오브젝트에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 그 데이터 오브젝트에 기초하여 신규의 파생 데이터 오브젝트를 생성하도록 구성됨 - ; 타겟 유저가 데이터 오브젝트에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 타겟 유저의 유저 식별자, 그 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자, 및 생성된 파생 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자 사이의 연관성을 저장하도록 구성되는 전역적 추적 데이터베이스; 및 타겟 유저가 데이터 오브젝트에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 전역적 데이터베이스 및 전역적 추적 데이터베이스에 액세스하도록 그리고 파생 데이터 오브젝트를 팔로어 유저에게 그들의 유저 디바이스의 디스플레이 인터페이스를 통해 디스플레이하도록 구성되는 정보 교환 컴퓨터.

[0187] 추가적인 실시예에서, 본 발명은 다음을 포함하는 컴퓨터 시스템을 제공한다: 유저가 이용가능한 디스플레이 인터페이스를 각각 구비하는 복수의 유저 디바이스; 복수의 아이템 공급자; 데이터 오브젝트의 전역적 데이터베이스 - 각각의 데이터 오브젝트는 그 오브젝트의 고유 오브젝트 식별자 및 그 오브젝트가 관련되는 유저, 아이템 또는 공급자의 유저, 아이템, 또는 공급자 식별자를 포함하고, 데이터 오브젝트는, 타겟 유저의 타겟 유저 식별자 및 타겟 유저를 팔로우하는 유저의 팔로어 유저 식별자를 포함하는 유저 연관성 데이터 오브젝트를 포함하고, 전역적 데이터베이스는, 타겟 유저가 그들의 유저 디바이스에서 추적 명령어를 실시하게 하는 것에 의해 데이터 오브젝트 표현에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 타겟 유저 식별자와 데이터 오브젝트 표현 사이의 연관성을 생성하도록 구성됨 - ; 타겟 유저가 데이터 오브젝트에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 연관성을 저장하도록 구성되는 전역적 추적 데이터베이스; 및 타겟 유저가 데이터 오브젝트에 대한 추적 관심을 표현하는 것에 응답하여, 전역적 데이터베이스 및 전역적 추적 데이터베이스에 액세스하도록 그리고 데이터 오브젝트 표현을 팔로어 유저에게 그들의 유저 디바이스의 디스플레이 인터페이스를 통해 디스플레이하도록 구성되는 정보 교환 컴퓨터.

[0188] 이 추가적인 실시예에서, 본 발명은, 따라서, 그래픽 유저 인터페이스에서 유저와 상호작용하기 위한 데이터 오브젝트를 선택하는 컴퓨터 구현 방법을 제공하는데, 그 방법은 다음을 포함한다: 아이템 공급자로부터 데이터 스트림 - 데이터 스트림은 아이템 공급자로부터 이용가능한 아이템을 식별함 - 을 수신하는 것; 아이템 공급자를 고유하게 식별하는 공급자 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 전역적 데이터베이스에 저장하는 것; 데이터 스트림의 각각의 아이템에 대해, 아이템을 고유하게 식별하는 아이템 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 저장하는 것; 유저 디바이스의 그래픽 유저 인터페이스에서, 유저 상호작용 - 상호작용은 아이템 또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 표현과의 것이고, 데이터 오브젝트를 유저를 고유하게 식별하는 유저 식별자와 관련시킴 - 을 검출하는 것; 데이터 오브젝트와 유저 식별자 사이의 연관성을 추적 데이터베이스에 저장하는 것; 및 추적 데이터베이스의 연관성에 기초하여 데이터 오브젝트의 커스터마이징된 데이터 세트 - 커스터마이징된 데이터 세트는 그래픽 유저 인터페이스에서의 표시를 위한 것임 - 를 선택하기 위해, 추적 데이터베이스를 사용하는 것.

[0189] 여전히 또한, 본 발명은 다음을 포함하는 컴퓨터 시스템을 포함한다: 유저가 이용가능한 디스플레이 인터페이스를 각각 구비하는 복수의 유저 디바이스; 복수의 아이템 공급자; 데이터 오브젝트의 전역적 데이터베이스 - 각각의 데이터 오브젝트는 그 오브젝트의 고유 오브젝트 식별자 및 그 오브젝트가 관련되는 유저, 아이템 또는 공급자의 유저, 아이템, 또는 공급자 식별자를 포함하고, 데이터 오브젝트는, 타겟 유저의 타겟 유저 식별자 및 타겟 유저를 팔로우하는 유저의 팔로어 유저 식별자를 포함하는 유저 연관성 데이터 오브젝트를 포함하고, 전역적 데이터베이스는, 타겟 유저가 그들의 유저 디바이스에서 대화 명령어를 실시하게 하는 것에 의해 데이터 오브젝트 표현에 대한 대화를 개시하는 것에 응답하여, 그 데이터 오브젝트에 기초하여 신규의 대화 데이터 오브젝트를 생성하도록 구성됨 - ; 타겟 유저가 데이터 오브젝트 표현에 관한 대화를 개시하는 것에 응답하여, 타겟 유저의 유저 식별자, 그 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자, 및 생성된 대화 데이터 오브젝트의 오브젝트 식별자 사이의 연관성을 저장하도록 구성되는 전역적 추적 데이터베이스; 및 타겟 유저가 데이터 오브젝트 표현에 관한 대화를 개시하는 것에 응답하여, 전역적 데이터베이스 및 전역적 추적 데이터베이스에 액세스하도록 그리고 대화 데이터 오브젝트 표현을 팔로어 유저에게 그들의 유저 디바이스의 디스플레이 인터페이스를 통해 디스플레이하도록 구성되는 정보 교환 컴퓨터.

[0190] 이 실시예에서, 본 발명은, 그래픽 유저 인터페이스에서 유저와 상호작용하기 위한 데이터 오브젝트를 선택하는 컴퓨터 구현 방법을 제공하는데, 그 방법은 다음을 포함한다: 아이템 공급자로부터 데이터 스트림 – 데이터 스트림은 아이템 공급자로부터 이용가능한 아이템을 식별함 – 을 수신하는 것; 아이템 공급자를 고유하게 식별하는 공급자 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 전역적 데이터베이스에 저장하는 것; 데이터 스트림의 각각의 아이템에 대해, 아이템을 고유하게 식별하는 아이템 식별자를 갖는 데이터 오브젝트를 저장하는 것; 유저 디바이스의 그래픽 유저 인터페이스에서, 유저 상호작용 – 상호작용은 아이템 또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 표현과의 것이고 데이터 오브젝트 표현에 관한 대화를 개시하는 것, 및 데이터 오브젝트 표현에 의해 표현되는 아이템 또는 아이템 공급자 및 유저를 고유하게 식별하는 대화 식별자를 갖는 대화 데이터 오브젝트를 생성하는 것을 포함함 – 을 검출하는 것; 추적 데이터베이스에, 대화 데이터 오브젝트, 유저 및 아이템 및/또는 아이템 공급자 데이터 오브젝트 사이의 연관성을 생성하는 것; 및 추적 데이터베이스의 연관성에 기초하여 데이터 오브젝트의 커스터마이징된 데이터 세트 – 커스터마이징된 데이터 세트는 그래픽 유저 인터페이스에서의 표시를 위한 것임 – 를 선택하기 위해, 추적 데이터베이스를 사용하는 것.

[0191] 특정 실시예에서, 본 발명은 시스템 상에서 공급자 정보를 교환하는 방법을 제공하는데, 시스템은 (i) 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 – 옵션적으로, 제1 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 시스템 상에서 관계를 가짐 – 를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (ii) 제1 공급자를 포함하는 복수의 공급자를 구비하며, 방법은 다음을 포함한다:

[0192] 제1 공급자 정보를 수신하는 액트;

[0193] 제1 소비자 유저가 제1 공급자 정보에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 제1 공급자 선호도 정보를 수신하는 액트;

[0194] 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 공급자 정보의 서브셋을 생성하기 위해 제1 공급자 정보를 필터링하는 액트;

[0195] 제1 소비자 유저에게, 제1 공급자 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 액트;

[0196] 제1 공급자 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 액트;

[0197] 제1 공급자에게:

[0198] ● 제1 공급자와 관련이 있는 그리고 한 명 이상의 소비자 유저에게 고유한 상호작용 데이터;

[0199] ● 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 제1 공급자에 관련되는 상호작용 데이터;

[0200] ● 시스템 상의 하나 이상의 다른 공급자와 관련한 제1 공급자와 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는

[0201] ● 이들의 조합

[0202] 을 디스플레이하는 액트.

[0203] 특정 실시예에서, 본 발명은 시스템 상에서 브랜드 정보를 교환하는 방법을 제공하는데, 시스템은 (i) 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 – 옵션적으로, 제1 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 시스템 상에서 관계를 가짐 – 를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (ii) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 구비하며, 방법은 다음을 포함한다:

[0204] 제1 브랜드 정보를 수신하는 액트;

[0205] 제1 소비자 유저가 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 제1 브랜드 선호도 정보를 수신하는 액트;

[0206] 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 제1 브랜드 정보를 필터링하는 액트;

[0207] 제1 소비자 유저에게, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 액트;

[0208] 제1 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 액트;

[0209] 제1 브랜드에게:

[0210] ● 제1 브랜드와 관련이 있는 그리고 한 명 이상의 소비자 유저에게 고유한 상호작용 데이터;

[0211] ● 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 제1 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터;

[0212] ● 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 제1 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는

[0213] ● 이들의 조합

[0214] 을 디스플레이하는 액트.

[0215] 예를 들면, 시스템의 복수의 유저는 시스템의 복수의 소비자 유저뿐만 아니라, 시스템 상의 상업적 아이템을 제공하는 브랜드를 포함한다. 프로세서는, 시스템의 제1 소비자 유저가 (i) 시스템 상의 브랜드에 의해 제공되는 상업적 아이템 및/또는 시스템 상의 하나 이상의 상업적 아이템을 제공하는 브랜드에 대해 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 정보를 수신한다. 프로세서는 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는 아이템 및/또는 브랜드 정보를 수신하고, 제1 유저가 선호도를 표현한, 소비자 유저에게 제공되는 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해, 아이템 및/또는 브랜드 정보를 필터링한다. 프로세서는 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 GUI의 제1 유저에게 디스플레이한다. 프로세서는 또한, 제1 소비자 유저가 갖는, 제1 소비자 유저에게 디스플레이되는 데이터 오브젝트 표현의 서브셋과의 상호작용, 예를 들면, 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 묘사되는 아이템을 구매하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 대한 코멘트, 데이터 오브젝트 표현에 좋아요를 표시하거나 또는 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 관한 대화를 개시하고 그에 의해 소스 데이터 오브젝트에 관한 대화 데이터 오브젝트를 생성하는 것, 등등에 관련되는 정보를 수신하고, 시스템은, 제1 브랜드에게, 제1 브랜드에 대한 선호도를 갖는 복수의 소비자 유저에 관련되는 상호작용 데이터를 디스플레이한다. 시스템은 또한, 제1 브랜드에게, 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 제1 브랜드에 관련되는 제1 브랜드 상호작용 데이터뿐만 아니라, 시스템 상의 다른 브랜드에 대한 제1 브랜드에 관련되는 시스템의 복수의 유저로부터의 비교 상호작용 데이터를 디스플레이한다.

[0216] 반면, 시스템은 복수의 브랜드를 포함하고, 방법은 또한 다음의 단계를 포함한다: 복수의 브랜드로부터 추가적인 브랜드 정보를 수신하는 단계; 제1 소비자 유저가 추가적인 브랜드 정보의 추가적인 서브셋에 대한 선호도를 표현했다는 것을 나타내는 추가적인 브랜드 선호도 정보를 수신하는 단계; 제1 소비자 유저에게 제공되는 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 브랜드 정보 및 추가적인 브랜드 정보를 필터링하는 단계; 제1 소비자 유저에게, 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 단계; 추가적인 브랜드 정보의 하나 이상의 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 제1 소비자 유저 상호작용을 수신하는 단계; 및 추가적인 브랜드의 각각에게: (i) 하나 이상의 추가적인 브랜드와 관련이 있는 그리고 하나 이상의 추가적인 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 한 명 이상의 소비자 유저에게 특정한 상호작용 데이터; (ii) 시스템 상의 복수의 소비자 유저에 대해 집성되는 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 상호작용 데이터; (iii) 시스템 상의 하나 이상의 다른 브랜드에 대한 하나 이상의 추가적인 브랜드에 관련되는 복수의 고객 유저로부터의 비교 상호작용 데이터; 또는 (iv) 이들의 조합을 디스플레이하는 단계.

[0217] 특정한 실시예에서, 본 발명은 상기에서 설명되는 바와 같은 시스템 상에서 공급자 정보를 교환하는 방법을 제공하는데, 시스템은, 제1 소비자 유저에게, 시스템 상의 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 공급자 정보를 디스플레이한다. 특정한 실시예에서, 시스템은, 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 브랜드 정보를, 시스템이 그 소비자 유저에게 이전에 디스플레이했던 다른 브랜드 정보에 비해 우선적으로 디스플레이하고, 그에 의해, 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 데이터 오브젝트 표현을 식별한다. 다른 실시예에서, 시스템은, 정의된 시간 프레임, 예를 들면, 6 개월, 3 개월, 1 개월, 등등 이내에 소비자 유저에게 디스플레이되지 않은 브랜드 정보를 소비자 유저에게 디스플레이한다. 이와 관련하여, 시스템은, 소비자 유저가 시스템 상에서 보지 않았던 신규 아이템, 브랜드, 등등, 즉, 그 소비자 유저에게는 새로운 선호도를 소비자 유저가 표현한 시스템 상의 브랜드 정보의 그 서브셋에 관련되는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이한다. 따라서, 소비자 유저 GUI는, 시스템에 의해 소비자 유저에게 이전에는 디스플레이되지 않은 아이템 및/

또는 브랜드에 관련되는 정보의 서브셋을 디스플레이한다. 예를 들면, 신규 브랜드 또는 아이템 정보는, 브랜드에 의해 공급되는 신규 아이템, 소비자 유저에 의해 그리고 신규 브랜드에 대해 선호되는 관심 분야 카테고리의 신규 아이템 또는 브랜드, 그 신규 브랜드에 의해 공급되는 제품, 아이템 또는 브랜드에 관련되는 신규 설명 정보, 아이템 또는 브랜드에 관련되는 신규 구매 정보, 그 아이템 또는 브랜드에 관련되는 프로모션, 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 아이템 또는 브랜드에 관련되는 이미지, 비디오, 또는 다른 그래픽, 그 아이템 또는 브랜드에 대한 신규 리뷰, 아이템 또는 브랜드와 관련되는 또는 그 아이템 또는 브랜드와 함께 (그 반대로) 사용될 수도 있는 신규 아이템 또는 브랜드, 유저의 팔로어에 의해 이루어지는 그 아이템 또는 브랜드에 관한 신규 코멘트, 등등을 포함할 수도 있지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다.

[0218] 또한, 소비자 유저가 공급자 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하면, 시스템은, 그 소비자 유저 및 그/그녀의 팔로어에게 제공되는 공급자 정보의 제1 보충 서브셋을 생성하기 위해, 그 공급자의 정보를 필터링하고, 공급자 정보의 그 제1 보충 서브셋에 관련되는 데이터 오브젝트 표현을, 및/또는 하나의 특정 실시예에서는, 하나 이상의 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이한다. 마찬가지로, 시스템의 추가적인 소비자 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하면, 시스템은, 제1 공급자 정보의 제2 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 소비자 유저가 선호도를 표현한 제1 공급자 정보를 필터링하고, 그 제2 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 추가적인 소비자 유저에게 디스플레이한다. 또한, 시스템의 브랜드 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하면, 시스템은, 제1 공급자 정보의 제3 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 소비자 유저가 선호도를 표현한 제1 공급자 정보를 필터링하고, 그 제3 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 브랜드 유저에게 디스플레이한다. 특정한 예에서, 소비자 유저가 브랜드 정보에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하면, 시스템은, 소비자 유저 및 그/그녀의 팔로어에게 제공되는 브랜드 정보의 제1 보충 서브셋을 생성하기 위해, 그 브랜드의 정보를 필터링하고, 브랜드 정보의 그 제1 보충 서브셋에 관련되는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이한다. 마찬가지로, 시스템의 추가적인 소비자 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하면, 시스템은, 제1 브랜드 정보의 제2 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 소비자 유저가 선호도를 표현한 제1 브랜드 정보를 필터링하고, 그 제2 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 추가적인 소비자 유저에게 디스플레이한다. 또한, 시스템의 브랜드 유저가 제1 소비자 유저에 대한 시스템 추적 선호도를 표현하면, 시스템은, 제1 브랜드 정보의 제3 보충 서브셋을 생성하기 위해, 제1 소비자 유저가 선호도를 표현한 제1 브랜드 정보를 필터링하고, 그 제3 보충 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현을 브랜드 유저에게 디스플레이한다.

[0219] 다른 실시예에서, 본 발명은, 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저를 갖는 시스템 상에서 정보를 교환하는 방법을 포함하는데, 그 방법은, (a) 제1 소비자 유저가 상업적 아이템 및/또는 공급자에 대한 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 정보를 수신하는 액트; (b) 상업적 아이템 및/또는 공급자와 관련이 있는 공급자 및/또는 복수의 소비자 유저 중 적어도 몇몇에 의해 제공되는 아이템 및/또는 공급자 정보를 수신하는 액트; (c) 제1 소비자 유저에게 제공되는 아이템 및/또는 공급자 정보의 서브셋을 생성하기 위해 아이템 및/또는 공급자 정보를 필터링하는 액트; 및 (d) 제1 소비자 유저에게, 아이템 및/또는 공급자 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 액트를 포함한다. 예를 들면, 본 발명은, 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저를 갖는 시스템 상에서 정보를 교환하는 방법을 포함하는데, 그 방법은 (a) 제1 소비자 유저가 상업적 아이템 및/또는 브랜드에 대한 선호도를 갖는다는 것을 나타내는 정보를 수신하는 액트; (b) 상업적 아이템 및/또는 브랜드와 관련이 있는 브랜드 및/또는 복수의 소비자 유저 중 적어도 몇몇에 의해 제공되는 아이템 및/또는 브랜드 정보를 수신하는 액트; (c) 제1 소비자 유저에게 제공되는 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 아이템 및/또는 브랜드 정보를 필터링하는 액트; 및 (d) 제1 소비자 유저에게, 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋과 관련이 있는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하는 액트를 포함한다.

[0220] 본 발명은 또한, 시스템 상에서 제1 공급자와 제1 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법을 포함하는데, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 공급자를 포함하는 복수의 공급자를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 공급자, 복수의 소비자 유저, 복수의 공급자, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은 (a) 제1 공급자에 의해, 제1 공급자 정보에 대한 선호도를 표현하는 복수의 소비자 유저에 관련되는 상호작용 데이터를 보는 액트; 및 (b) 제1 공급자 상호작용 데이터에 응답하여 추가적인 제1 공급자 정보를 제공하는 액트를 포함한다. 방법은 또한, 제1 공급자에 의해, 시스템 상의 복수의 공급자 및/또는 시스

템 상의 복수의 공급자의 서브셋과 관련한 제1 공급자에 대한 공급자 비교 상호작용 데이터를 보는 것; 및 제1 공급자 상호작용 데이터 및/또는 제1 공급자 비교 상호작용 데이터에 응답하여 추가적인 제1 공급자 정보를 제공하는 것을 포함할 수 있다. 예를 들면, 본 발명은, 시스템 상에서 제1 브랜드와 제1 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법을 포함하는데, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 브랜드, 복수의 소비자 유저, 복수의 브랜드, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은 (a) 제1 브랜드에 의해, 제1 브랜드 정보에 대한 선호도를 표현하는 복수의 소비자 유저에 관련되는 상호작용 데이터를 보는 액트; 및 (b) 제1 브랜드 상호작용 데이터에 응답하여 추가적인 제1 브랜드 정보를 제공하는 액트를 포함한다. 방법은 또한, 제1 브랜드에 의해, 시스템 상의 복수의 브랜드 및/또는 시스템 상의 복수의 브랜드의 서브셋과 관련한 제1 브랜드에 대한 브랜드 비교 상호작용 데이터를 보는 것; 및 제1 브랜드 상호작용 데이터 및/또는 제1 브랜드 비교 상호작용 데이터에 응답하여, 추가적인 제1 브랜드 정보를 제공하는 것을 또한 포함할 수 있다.

[0221] 게다가, 시스템 상에서 제1 공급자와 제1 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법이 또한 제공되는데, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 공급자를 포함하는 복수의 공급자를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 공급자, 복수의 소비자 유저, 복수의 공급자, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은 다음을 포함한다: (a) 제1 소비자 유저에 의해, (i) 일반적인 제1 공급자 정보 및/또는 제1 공급자 상업적 아이템과 관련이 있는 제1 공급자 정보를 보는 액트; (ii) (i) 일반적인 제1 공급자 정보 및/또는 제1 공급자 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 액트; 및 (iii) 시스템에 의해 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 공급자 정보의 서브셋을 제1 소비자 유저에 의해 보는 액트. 예를 들면, 시스템 상에서 제1 브랜드와 제1 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법이 또한 제공되는데, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 브랜드, 복수의 소비자 유저, 복수의 브랜드, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은 다음을 포함한다: (a) 제1 소비자 유저에 의해, (i) 일반적인 제1 브랜드 정보 및/또는 제1 브랜드의 상업적 아이템과 관련이 있는 제1 브랜드 정보를 보는 액트; (ii) (i) 일반적인 제1 브랜드 정보 및/또는 제1 브랜드의 상업적 아이템에 대한 선호도를 표현하는 액트; 및 (iii) 시스템에 의해 제1 소비자 유저에게 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋을, 제1 소비자 유저에 의해 보는 액트.

[0222] 또한, 시스템 상에서 제1 소비자 유저와 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법이 포함되는데, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 – 제1 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 시스템에서 연결됨 – 를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 공급자를 포함하는 복수의 공급자를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 공급자, 복수의 소비자 유저, 복수의 공급자, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은: (a) 제1 소비자 유저에 의해, 제1 소비자 유저 및 옵션적으로는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게 시스템에 의해 제공되는 제1 공급자 정보의 서브셋을 보는 액트; 및 (b) 제1 소비자 유저에 의해, 제1 공급자 정보의 서브셋과의 상호작용을 보는 액트를 포함하고, 제1 공급자 정보의 서브셋은 다음의 것을 포함한다: (i) 제1 공급자 정보의 서브셋의 하나 이상의 멤버에 대한 선호도 – 선호도는 제1 소비자 유저 및/또는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에 의해 표현됨 – ; (ii) 제1 공급자 정보의 서브셋의 하나 이상의 멤버에 관한 코멘트 – 코멘트는 제1 소비자 유저 및/또는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에 의해 제공됨 – ; 또는 (iii) 이들의 조합. 또한 이 방법에서는, (c) 제1 소비자 유저에 의해, 제1 공급자 정보의 서브셋과 상호작용하는 것, 예를 들면, 서브셋 내의 데이터 오브젝트에 대한 추가적인 선호도를 표현하는 것, 다른 소비자 유저에 의해 제공되는 코멘트에 응답하는 것, 등등이 고려된다. 예를 들면, 본 발명은 시스템 상에서 제1 소비자 유저와 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 사이에서 정보를 교환하는 방법을 고려하는데, 시스템은 (a) 제1 소비자 유저 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저 – 제1 및 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저는 시스템에서 연결됨 – 를 포함하는 복수의 소비자 유저, 및 (b) 제1 브랜드를 포함하는 복수의 브랜드를 포함하고, 시스템은, 제1 소비자 유저, 제1 브랜드, 복수의 소비자 유저, 복수의 브랜드, 상업적 아이템, 상호작용 데이터, 비교 상호작용 데이터 및 이들의 조합에 관련되는 정보를, 수신, 필터링, 및/또는 디스플레이하도록 구성되고; 방법은: (a) 제1 소비자 유저에 의해, 제1 소비자 유저 및 옵션적으로는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에게 시스템에 의해 제공되는 제1 브랜드 정보의 서브셋을 보는 액트; 및 (b) 제1 소비자 유저에 의해, 제1 브랜드 정보의 서브셋과의 상호작용을 보는 액트를 포함하고, 제1 브랜드 정보의 서브셋은 다음을 포함

한다: (i) 제1 브랜드 정보의 서브셋의 하나 이상의 멤버에 대한 선호도 – 선호도는 제1 소비자 유저 및/또는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에 의해 표현됨 – ; (ii) 제1 브랜드 정보의 서브셋의 하나 이상의 멤버에 관한 코멘트 – 코멘트는 제1 소비자 유저 및/또는 한 명 이상의 추가적인 소비자 유저에 의해 제공됨 – ; 또는 (iii) 이들의 조합. 또한 이 방법에서는, (c) 제1 소비자 유저에 의해, 제1 브랜드 정보의 서브셋과 상호작용하는 것, 예를 들면, 서브셋 내의 데이터 오브젝트에 대한 추가적인 선호도를 표현하는 것, 다른 소비자 유저에 의해 제공되는 코멘트에 응답하는 것, 등등이 고려된다.

[0223] 상기의 방법은 도면 및 첨부의 설명에서 예시된다. 공급자가 브랜드이고 시스템 상에서 교환되는 정보가 상업적 아이템 및 그와 관련되는 정보에 관련되는 시스템의 하나의 실시예를, 도면 중 하나 이상이 예시하지만, 본원에서 설명되고 도면에서 예시되는 시스템은, 임의의 타입의 데이터세트를 관리하기 위해 사용될 수 있고 공급자의 임의의 방식에 의해 제공될 수 있다는 것이 기술 분야의 숙련된 자에 의해 이해될 것이다. 본원에서 설명되는 시스템은, 커스터마이징 가능한 데이터세트를 관리 및 디스플레이하기 위한 효율적인 메커니즘을 유저에게 제공하여, 시스템 상에서의 유저 경험을 단순화하고 풍부하게 하며, 시스템 상의 둘 이상의 데이터베이스 사이에서의 데이터의 전송 및 관리에서의 효율성을 생성한다.

[0224] 도 1에서 도시되는 바와 같이, 시스템은 집합적 소비자 데이터 테이블(101), 집합적 브랜드 데이터 테이블(102), 프로세서(103), 인터페이스(104), 및 필터링 및 분석 프로그램 및 관련된 데이터베이스의 세트(105)를 포함한다. 집합적 소비자 데이터 테이블은, 시스템 상에서 참여하는 복수의 유저에 관한 모든 정보를 저장하고, 마찬가지로, 집합적 브랜드 데이터 테이블은 시스템 상에서 참여하는 복수의 브랜드에 관한 모든 정보를 저장한다. 집합적 소비자 데이터 테이블은 소비자 데이터의 하나 이상의 세트를 포함하는데, 그 중 하나는 도 1a 및 도 1f에서 개별 소비자 데이터(106)로서 묘사된다. 시스템 상의 프로파일을 갖는 각각의 소비자 유저의 경우, 집합적 소비자 데이터 테이블 내에 저장되는 대응하는 소비자 데이터 테이블 또는 개별 소비자 데이터 테이블이 존재한다. 각각의 개별 소비자 데이터는, 소비자 프로파일(107) 및 브랜드 선호도(108), 아이템 선호도(109), 연락처, 팔로어, 및/또는 팔로우하는 데이터 테이블(110), 및 관심 분야 데이터 테이블(111)을 포함하는 구매 선호도를 포함하는 그러나 이들로 제한되지는 않는 하나 이상의 추가적인 데이터 테이블을 포함한다. 브랜드 및/또는 아이템 선호도는 또한, 소비자 유저에 의해 생성되는 하나 이상의 브랜드 및/또는 아이템 리스트(도시되지 않음)를 포함할 수 있는데, 이들은, 소비자 유저가 생성한 온톨로지의 브랜드 및/또는 아이템을 그룹화하게 위해 소비자 유저에 의해 사용될 수도 있다.

[0225] 집합적 브랜드 데이터 테이블은 하나 이상의 브랜드 데이터를 포함하는데, 이들 중 하는 도 1a에서 개개의 브랜드 데이터(112)로서 묘사된다. 시스템 상에 참여하는 각각의 브랜드의 경우, 집합적 브랜드 데이터 테이블 내에 저장되는 대응하는 브랜드 데이터 테이블 또는 개별 브랜드 데이터 테이블이 존재한다. 각각의 개개의 브랜드 데이터는, 시스템 상에서 제공되는 브랜드의 모든 아이템의 리스트를 포함하는 아이템 카탈로그(113), 그 브랜드 또는 그 브랜드에 의해 시스템 상에 제공되는 아이템에 대한 선호도를 표현한 시스템 상의 모든 소비자 유저의 리스트를 포함하는 연락처, 팔로어 및/또는 팔로우하는 데이터 테이블(114), 및 브랜드에 의해 제공되는 아이템에 관련된 관심 분야 카테고리를 포함하는 관심 분야 데이터 테이블(115)을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 하나 이상의 추가적인 데이터 테이블을 포함한다. 옵션적인 실시예에서, 집합적 브랜드 데이터 테이블은 아이템 및 브랜드 카테고리를 포함하는 시스템 온톨로지를 포함하는데, 브랜드 정보는 시스템 온톨로지에 따라 하나 이상의 브랜드 데이터 테이블 내에서 편제된다.

[0226] 프로세서(103)는 소비자의 선호도, 예를 들면, 아이템, 카테고리 및/또는 브랜드 선호도에 기초하여 집합적 브랜드 데이터 테이블을 필터링하도록 구성되는 필터링 프로그램을 포함한다. 다시 말하면, 프로세서는, 제1 유저가 선호도를 표현한 아이템 및/또는 브랜드에만 관련이 있는 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 집합적 브랜드 데이터 테이블 및 집합적 소비자 데이터 테이블의 아이템, 카테고리, 및/또는 브랜드 정보를 필터링한다. 예를 들면, 제1 유저가 아이템 X에 대한 관심을 식별했다면, 시스템은, 아이템 X에 관련되는 정보에 대한 집합적 브랜드 데이터 테이블을 필터링하기 위해 그 정보를 사용하여, 아이템 X에 관련되는 정보를 포함하는 소비자가 커스터마이징한 데이터 테이블(consumer-customized data table)을 생성한다. 시스템은 또한, 아이템 X에 관한 아이템 및/또는 브랜드 정보를 제공한, 제1 유저에 의해 팔로우되는 시스템 상의 복수의 유저 중에서부터 한 명 이상의 유저에 대한 집합적 소비자 데이터 테이블을 필터링한다. 따라서, 그 소비자 유저에 대한 GUI는, 아이템 X에 관련되는 정보의 선택된 서브셋, 예를 들면, 아이템 X의 설명, 구매 정보, 아이템 X의 이미지, 비디오, 또는 다른 그래픽, 아이템 X에 대한 리뷰, 아이템 X와 관련되는 판매 또는 프로모션 정보, 아이템 X에 관련되는 아이템, 아이템 X와 연계하여 사용되는 아이템, 및 하기에서 더 상세히 설명되는 바와 같이, 유저의 팔로어에 의해 이루어지는 아이템 X에 관한 코멘트(아이템 X에 관련되는 파생 데이터 오브젝트)를

포함하는 아이템 X 데이터 오브젝트를 그 소비자에게 디스플레이한다. 마찬가지로, 제1 유저가 아이템 카테고리 N에 대한 관심을 식별했다면, 시스템은, 카테고리 N과 관련되는 아이템에 관한 정보에 대한 집합적 브랜드 데이터 테이블을 필터링하기 위해 그 정보를 사용하여, 아이템 n, m 및 p에 관련되는 정보를 포함하는 소비자가 커스터마이징한 데이터 테이블을 생성한다. 그 다음, 시스템은 아이템 n, m, 및 p의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이한다.

[0227] 하나의 실시예에서, 필터링 프로그램은, 소비자의 선호도, 예를 들면, 아이템, 카테고리, 및/또는 브랜드 선호도에 기초하여 집합적 브랜드 데이터 테이블을 편제하는 방법을 제공한다. 다시 말하면, 프로세서는, 제1 유저가 선호도를 표현한 아이템 및/또는 브랜드에만 관련이 있는 아이템 및/또는 브랜드 정보의 서브셋을 생성하기 위해 집합적 브랜드 데이터 테이블 및 집합적 소비자 데이터 테이블의 아이템 및/또는 브랜드 정보를 필터링하고 시스템은 소비자 유저의 선호 중 하나 이상에 전용되는 GUI의 섹션 또는 부분에서 그 서브셋을 소비자 유저에게 디스플레이한다. 예를 들면, 제1 유저가 아이템 X에 대한 관심을 식별했다면, 시스템은, 아이템 X에 관련되는 정보에 대한 집합적 브랜드 데이터 테이블을 필터링하기 위해 그 정보를 사용하여, 아이템 X에 관련되는 정보를 포함하는 소비자가 커스터마이징한 데이터 테이블을 생성한다. 시스템은 또한, 아이템 X에 관한 아이템 및/또는 브랜드 정보를 제공한, 제1 유저에 의해 팔로우되는 시스템 상의 복수의 유저 중에서부터 한 명 이상의 유저에 대한 집합적 소비자 데이터 테이블을 필터링한다. 따라서, 그 소비자 유저에 대한 GUI는, 아이템 X에 관련되는 정보의 선택된 서브셋, 예를 들면, 아이템 X의 설명, 구매 정보, 아이템 X의 이미지, 비디오, 또는 다른 그래픽, 아이템 X에 대한 리뷰, 아이템 X와 관련되는 판매 또는 프로모션 정보, 아이템 X에 관련되는 아이템, 아이템 X와 연계하여 사용되는 아이템, 및 하기에서 더 상세히 설명되는 바와 같이, 유저의 팔로어에 의해 이루어지는 아이템 X에 관한 코멘트(아이템 X에 관련되는 파생 데이터 오브젝트 표현)를 포함하는 아이템 X 데이터 오브젝트 표현을 그 소비자에게 디스플레이한다.

[0228] 그 소비자 유저에 대한 GUI는 정보의 선택된 서브셋을 임의의 적절한 포맷으로 디스플레이할 수 있다. 하나의 실시예에서, GUI는, 소비자 유저의 선호도에 따라 편제되는 채널 또는 피드에서 정보의 선택된 서브셋을 디스플레이하고 소비자 유저는 GUI에서 채널 사이를 내비게이팅할 수 있다. 시스템은 정의된 채널 또는 피드의 세트를 포함할 수 있고 및/또는 소비자 유저는 그/그녀의 선호도에 기초하여 하나 이상의 채널 또는 피드를 커스터마이징할 수 있다. 미리 정의된 채널 또는 피드의 세트는, 인기 있는 데이터 오브젝트 표현(예를 들면, 주어진 시간 기간에 높은 시스템 활동의 대상(subject)을 수신한 또는 그 대상이었던 데이터 오브젝트), 프로모션 데이터 오브젝트 표현(예를 들면, 프로모션 또는 거래는 채널 또는 피드에서 데이터 오브젝트와 관련하여 브랜드에 의해 제공된다; "거래 채널"), 신규의 데이터 오브젝트 표현(예를 들면, 본원에서 설명되는 바와 같이, 시스템 상에서 소비자 유저가 보지 않았던 데이터 오브젝트), 모든 데이터 오브젝트 표현, 및/또는 모든 브랜드 데이터 오브젝트 표현을 포함할 수 있지만, 그러나 이들로 제한되지는 않는다. 또한, 미리 정의된 채널 또는 피드의 세트는, 소비자 유저 고유의 채널 또는 피드의 세트, 예를 들면 그 소비자 유저에 대한 신규 데이터 오브젝트 표현, 그 소비자 유저가 선호도를 표현한 브랜드 데이터 오브젝트 표현(예를 들면, "나의 브랜드 채널(My Brands Channel)"), 그 소비자 유저의 데이터 오브젝트 표현의 리스트의 하나 이상의 콜렉션(예를 들면, "나의 리스트 채널(My Lists Channel)"), 시스템 상에서 그 소비자 유저와 관련되는 친구, 팔로어, 등등의 하나 이상의 콜렉션(예를 들면, "나의 사람들 채널(My People Channel)"), 좋아요가 표시된 데이터 오브젝트 표현(예를 들면, "내가 좋아하는 것(My Likes)"), 그 소비자 유저를 팔로우하는 개인 또는 브랜드(예를 들면, "나를 팔로우하는 채널(Following Me Channel)" 및 내부의 서브채널은 "나를 팔로우하는 사람들(People Following Me)" 및/또는 "나를 팔로우하는 브랜드(Brands Following Me)"를 포함할 수 있다), 시스템에서 소비자 유저가 동작시킨 데이터 오브젝트 표현(예를 들면, "나의 활동 채널(My Activity Channel)"), 및/또는 시스템에서 소비자 유저가 팔로우한, 좋아요를 표시한, 또는 다르게는 선호도를 표현한 데이터 오브젝트 표현(예를 들면, "내가 팔로우하는 활동(My Following Activity)", "내가 좋아요를 표시한 활동(My Liked Activity)", 등등)을 더 포함할 수 있다. 여전히 또한, 소비자 유저는 그 소비자 유저에 의해 선택되는 기준에 기초하여 하나 이상의 커스터마이징된 채널 또는 피드를 정의할 수 있다. 예를 들면, 소비자 유저는, 그/그녀의 관심 분야, 예를 들면, 골프, 런닝, 요리, 등등에 관련되는 데이터 오브젝트 표현에 대한 채널을 정의할 수 있고, 그 결과, 채널은, 소비자 유저가 선호도를 정의한, 그 관심 분야에 관련되는 데이터 오브젝트 표현(예를 들면, 나의 골프 채널(My Golf Channel)")을 편제할 것이다. 따라서, GUI는, 미리 정의된 및/또는 커스터마이징된 채널 또는 피드를 비롯한, 복수의 채널 또는 피드를 소비자 유저의 GUI에서 디스플레이하는데, 각각의 채널 또는 피드의 컨텐츠는 시스템 상에서의 각각의 개별 소비자 유저의 선호도에 기초한다. 각각의 채널 또는 피드는 개별적으로 선택가능하다.

[0229] 여전히 또한, 시스템은, 소비자 유저가 시스템과 상호작용하는 것을 가능하게 하는 인터페이스(104) 및 그/그녀의 프로파일 및 선호도를 포함한다. 소비자 GUI는 소비자가, 시스템 상의 아이템 및 브랜드 리스트, 및 하기에

서 더 상세히 설명되는 바와 같이, 소비자 유저의 선호도에 기초하여 시스템에 의해 필터링되지 않은 및/또는 필터링된, 개개의 아이템 데이터 오브젝트 표현, 브랜드 데이터 오브젝트 표현, 등등을 검색하는 것, 브라우징하는 것, 및 보는 것을 허용한다. 또한, 소비자 GUI는 소비자가 시스템 상에서의 그/그녀의 프로파일 및/또는 선호도를 수정 또는 편집하는 것을 가능하게 한다. 마찬가지로, 인터페이스는 또한, 브랜드에 대해 시스템에 의해 생성되는 브랜드 정보 및/또는 상호작용 데이터와의 브랜드 대표자("브랜드 유저")의 상호작용을 가능하게 하도록 구성되는 브랜드 GUI를 포함한다. 소비자 인터페이스 및 브랜드 인터페이스는 하기에서 더 상세히 설명된다.

[0230] 시스템의 사용은 도 1b에서 개략적으로 예시된다. 소비자 유저는 시스템 상에서 프로파일을 생성한다(프로파일 셋업 프로세스는 하기에서 더 상세히 설명된다)(116). 프로파일은 개별 유저 데이터(도 1b에서 도시되지 않음)의 컴포넌트인데, 개별 유저 데이터는, 집합적 유저 데이터 테이블(117)의 컴포넌트이다. 시스템은 프로파일에서 식별되는 선호도 및 관심 분야에 기초하여 집합적 유저 데이터 테이블 및 집합적 브랜드 데이터 테이블을 필터링한다(118). 소비자가 커스터마이징한 데이터 테이블은 이 필터링 프로세스에 의해 생성되고(119) 결과는 소비자 GUI에서 디스플레이된다(120). 시스템은 업데이트를 위해 집합적 유저 데이터 테이블, 집합적 브랜드 데이터 테이블, 및 소비자 프로파일에게 주기적으로, 예를 들면, 소비자 유저가 시스템에 로그인할 때마다 질의하고(121), 일단 시스템 상에 있으면, 프로세서는 소비자 GUI에서 디스플레이되는 데이터를 실시간으로 또는 주기적 기반으로, 예를 들면, 매분마다, 5분마다, 10분마다, 30분마다, 1시간마다, 등등마다 리프레시하도록 프로그래밍된다. 최종 질의 이후 하나 이상의 업데이트가 있으면, 소비자가 커스터마이징한 데이터 테이블은 업데이트되고(122), 업데이트가 없으면, 소비자가 커스터마이징한 데이터 테이블은 업데이트되지 않는다(123).

[0231] 시스템 상에서의 데이터 전송 및 관리의 하나의 실시예는 도 1c에서 개략적으로 예시된다. 시스템 상의 각각의 데이터 오브젝트, 유저, 공급자, 아이템, 및 카테고리는 시스템에서 고유의 식별자(ID)와 관련되고, 도 1a를 참조로 상기에서 설명되는 바와 같이, 각각의 공급자는 시스템에서 개별 공급자 데이터 테이블과 관련된다(124). 또한, 각각의 유저, 아이템, 공급자, 브랜드, 등등은 시스템에서 데이터 오브젝트와 관련되고 각각의 데이터 오브젝트는 시스템 상의 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스(125)(도 1a의 엘리먼트(105)의 컴포넌트)에 저장된다. 상기에서 설명되는 바와 같이, 각각의 공급자는 시스템에서 공급자 프로파일(126)과 관련된다. 각각의 데이터 오브젝트는, 각각의 데이터 오브젝트를 생성한 유저(또는 공급자)의 유저 식별자(ID)에 대한 참조뿐만 아니라, 그 데이터 오브젝트에서 참조되는 유저, 공급자, 아이템, 카테고리, 등등의 고유의 ID를 포함한다. 따라서, 예를 들면, 하기에서 유저 A로 칭해지는 유저 식별자 A를 갖는 유저는, 웹 페이지(127), 모바일 애플리케이션 뷰(128), 또는 다른 뷰잉 메커니즘(129)을 통해 시스템에 액세스하고, 예를 들면, 식별자 X를 갖는 공급자 데이터 오브젝트를 팔로우할 것을 선택하고, 그 다음, 시스템은 식별자 X'을 갖는 파생 데이터 오브젝트를 생성한다(131). 이 예에서, 데이터 오브젝트 X는 소스 데이터 오브젝트이고 파생 데이터 오브젝트 X'은 소스 데이터 오브젝트 X의 파생물이다. 파생 데이터 오브젝트 X'는 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스에 저장된다. 그 다음, 시스템은 유저 A, 데이터 오브젝트 X, 및 데이터 오브젝트 X' 사이의 연관성을 생성하고(132), 그 연관성은 전역적 추적 데이터베이스(133)(또한 도 1a의 엘리먼트(105)의 컴포넌트)에 저장된다. 따라서, 이 특정 예에서, 생성되는 연관성은 다음의 데이터를 포함한다: 유저 A, 데이터 오브젝트 X, 및 데이터 오브젝트 X'. 그 다음, 시스템은 시스템 상의 유저 A의 팔로어, 즉, 유저 B, 유저 C 및 유저 D의 데이터세트(134)에 대해 전역적 추적 데이터베이스를 조사한다. 유저 A가 팔로어를 갖지 않으면, 파생 데이터 오브젝트 X' 표현은 하나 이상의 유저 A가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드, 예를 들면, 시스템 상에서의 최근의 유저 A 활동에 관련되는 섹션, 채널 또는 피드(135)에서 디스플레이된다. 유저 A가 팔로어, 예를 들면, 유저 B를 가지면, 시스템은 파생 데이터 오브젝트 X' 표현을, 유저 B에게 신규인 데이터 오브젝트 표현을 시스템 상에서 디스플레이하도록 설계되는 유저 B가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드(136)에서 디스플레이하고(137); 그리고 마찬가지로, 유저 A가 추가적인 팔로어, 예를 들면 유저 C 및 유저 D를 가지면, 시스템은 파생 데이터 오브젝트 X' 표현을, 각각, 유저 C가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 그리고 유저 D가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 디스플레이한다. 유저 A 및/또는 데이터 오브젝트 X에 관련되는 전역적 추적 데이터베이스에 추가적인 연관성이 추가되면, 시스템은 이들 추가적인 연관성을 전역적 추적 데이터베이스에서 식별하고(138) 추가적인 연관성의 데이터세트에 대한 임의의 업데이트를 신규 채널에서 디스플레이한다.

[0232] 유저 A가 데이터 오브젝트 X 표현에 좋아요를 표시하는 추가적인 실시예가 도 1d에서 묘사된다. 상기에서 설명되는 바와 같이, 시스템의 하나의 특정한 실시예에서, 데이터 오브젝트 표현을 팔로우하는 액트는, 팔로우된 데이터 오브젝트에 기초하여 파생 데이터 오브젝트를 생성하는 시스템 추적 선호도를 구성하지만, 반면 데이터 오브젝트 표현에 좋아요를 표시하는 것은 시스템 추적 선호도를 생성하지 않는다. 따라서, 도 1d에서 도시되는 바와 같이, 유저 A가 데이터 오브젝트 X 표현에 좋아요를 표시하면, 그 선호도는 집합적 데이터 오브젝트 데이

터베이스의 데이터 오브젝트 X와 관련되고, 마찬가지로, 데이터 오브젝트 X에 대한 유저 A의 선호도는 (아이템 선호도 데이터 테이블(142) 하에서) 유저 A의 프로파일에 저장되지만, 그러나 시스템은 파생 데이터 오브젝트를 생성하지 않는다. 유저 A와 데이터 오브젝트 X 사이의 연관성이 생성되어 전역적 추적 데이터베이스 및/또는 추가적인 추적 데이터베이스에 저장되는데, 추가적인 추적 데이터베이스는 전역적 추적 데이터베이스 또는 시스템의 별개의 데이터베이스의 컴포넌트일 수도 있다. 시스템은, 유저 A의 GUI 섹션, 채널 또는 피드(141) 중 하나 이상뿐만 아니라 유저 A의 팔로어의 하나 이상의 섹션, 채널, 또는 피드에서, 데이터 오브젝트 X 표현을 디스플레이한다(140).

[0233] 다른 데이터 전송 및 관리 실시예가 도 1e에서 개략적으로 예시된다. 유저가 웹 페이지, 모바일 애플리케이션, 또는 다른 뷰잉 메커니즘을 통해 시스템과 인터페이스하고 그/그녀의 신규 채널을 볼 것을 선택하면(143), 시스템은 신규 채널에서 이전에 디스플레이된 데이터 오브젝트의 데이터세트를 검색하고(144), 유저의 신규 채널에서 이전에 디스플레이되지 않은 오브젝트에 대해 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스에게 질의하고(145), 신규의 데이터 오브젝트의 데이터세트를 생성하고(146), 시스템 상에서 이전에 디스플레이된 또는 보여진 데이터 오브젝트를 삭제하고(147), 그리고 신규의 데이터 오브젝트 표현의 데이터를 신규 채널에서 디스플레이한다(148). 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스에서 어떠한 신규의 데이터 오브젝트도 이용가능하지 않으면, 시스템은 신규 채널이 비어 있다는 메시지를 GUI를 통해 유저에게 디스플레이한다(149). 하나의 실시예에서, 시스템은, 예를 들면, 브라우저의 자바스크립트를 통해, 데이터 오브젝트 표현이 GUI에서 디스플레이되었다는 것을 검출하는 것에 의해, 데이터 오브젝트 표현을 유저가 봤는지의 여부를 결정할 수 있고, 신규 채널 데이터 테이블로부터 데이터 오브젝트를 제거할 것을 시스템에게 지시하기 위해 메시지가 서버로 전송된다. 신규 채널이 리프레시되는 경우, 그 데이터 오브젝트 표현은 더 이상 디스플레이되지 않을 것이다. 대안적으로, 시스템은 유저에 의해 그/그녀의 브라우저에서 실제 "뷰"를 검출하지 않을 수도 있지만, 대신, 신규 채널에서 제시된 데이터 오브젝트의 목록을 단순히 유지하고, 일단 제시되면, 그 데이터 오브젝트에 대한 참조가 신규 채널 데이터 테이블로부터 삭제된다. 또 다른 대안예에서, 시스템은, 선택된 시간 내에, 예를 들면, 한 주, 한 달, 세 달, 등등 내에, 신규 채널의 제1 디스플레이로부터 데이터 오브젝트에 대한 참조를 삭제할 수 있다.

[0234] 시스템 상에서의 데이터 전송 및 관리의 하나의 실시예의 다른 예시가 도 1f에서 개략적으로 예시된다. 유저 A는 그의 GUI(104) 상에서 시스템과 인터페이싱하고(i), 공급자 Z에 의해 생성되는 데이터 오브젝트인 데이터 오브젝트 X 표현을 팔로우할 것을 선택한다(130). 상기에서 설명되는 바와 같이, 공급자 Z는 데이터 테이블(112)에 의해 표현되는데, 데이터 테이블(112)은, 공급자 Z의 ID를 포함하는 프로파일(126), 공급자 Z의 아이템 카탈로그(113)(그리고 그 카탈로그의 각각의 아이템은 고유의 아이템 ID를 가짐), 연락처, 팔로어, 및 팔로우하는 데이터 테이블(114), 및 각각의 관심 분야 및/또는 카테고리에 대한 관심 분야 및/또는 카테고리 ID를 포함하는 관심 분야 및/또는 카테고리 데이터 테이블(115)뿐만 아니라, 공급자 Z의 관심 분야 및/또는 카테고리의 각각의 제품에 대한 고유의 아이템 ID를 포함한다. 유저가 데이터 오브젝트 X 표현을 팔로우할 것을 선택하면, 그 선호도는 유저 A의 데이터 테이블(106)에 저장되는데(ii), 유저 A의 데이터 테이블(106)은, 그의 유저 ID를 포함하는 그의 유저 프로파일(107), 그의 연락처, 팔로어, 및 팔로우하는 데이터 테이블(110), 및 유저 A의 선호도(109)를 포함한다. 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스(125)에 저장되는 데이터 오브젝트 X는, 식별자 X'을 갖는 파생 데이터 오브젝트를 생성하기 위해(iii), 시스템의 필터링 및 분석 프로그램(105)에 의해 사용된다(131). 파생 데이터 오브젝트 X'는 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스에 또한 저장된다. 그 다음, 시스템은 유저 A, 데이터 오브젝트 X, 및 데이터 오브젝트 X' 사이의 연관성(132)을 생성하고(iv), 그 연관성은 전역적 추적 데이터베이스(133)(또한 엘리먼트(105)의 컴포넌트)에 저장된다(v). 그 다음, 시스템은, 시스템 상의 유저 A의 팔로어, 즉, 유저 B, 유저 C 및 유저 D의 데이터세트(134)를 생성하기 위해(vi) 전역적 추적 데이터베이스를 조사한다. 시스템은, 유저 B, 유저 C, 및 유저 D에게 신규인 데이터 오브젝트 표현을 시스템 상에서 각각 디스플레이하도록 설계되는 B, C, 및 D가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드(각각, 149, 150, 및 151)에서, 유저 A의 팔로어, 예를 들면, 유저 B, 유저 C 및 유저 C에게 파생 데이터 오브젝트 X' 표현을 디스플레이한다(vii).

[0235] 도 1c 내지 도 1f에서 예시되는 바와 같이, 전역적 추적 데이터베이스는, 시스템이 데이터 오브젝트, 유저, 공급자, 카테고리, 등등 사이의 관계를 식별하는 것을 허용하는 간단한 편제의 구조를 제공한다. 그것은 시스템이 데이터 오브젝트, 유저, 공급자, 카테고리, 등등 사이의 관계의 진화하는 네트워크를 추적하는 것을 허용한다. 예를 들면, 도 1g에서 예시되는 바와 같이, 그리고 상기에서 설명되는 예에서, 유저 A, 데이터 오브젝트 X, 및 파생 데이터 오브젝트 X' 사이의 연관성이 생성된다(132). 그 다음, 시스템은 유저 A의 팔로어/팔로위(followee)에 대해 전역적 추적 데이터베이스에게 질의하고 유저 A의 팔로어/팔로위인 유저 B, 유저 C, 및 유저 D의 데이터세트를 식별하고(168), 유저 A의 팔로어/팔로위를 A-X-X' 연관성과 관련시키고(169), 그 다음, 유저

A의 팔로어/팔로위인 유저 B, 유저 C, 및 유저 D를 파생 데이터 오브젝트 X'와 관련시킨다(170). 이 반복적인 프로세스는, 신규의 연관성이 전역적 추적 데이터베이스에 추가될 때 연속적으로 사용된다.

[0236] 데이터 오브젝트 및 수반하는 데이터 오브젝트 표현의 예가 도 1h에서 예시된다. 데이터 오브젝트 X는, 아이템 ID(153), 타이틀(154), 아이템 설명(155), 가격(156), 옵션적으로, 이미지 및/또는 미디어(157), 해설 필드(158), 공급자 ID(159), 옵션적으로, 아이템과 관련되는 카테고리에 대한 카테고리 ID(160), 옵션적으로, 웹사이트(161), 예를 들면, 제품 웹사이트, 공급자 웹사이트, 재판매업자/분배자(distributor) 웹사이트, 등등에 대한 하이퍼링크, 및 시스템 상의 한 명 이상의 유저 및/또는 공급자가 그 데이터 오브젝터와 가졌던 하나 이상의 상호작용(또는 상호작용 데이터)(171)을 포함하는 데이터베이스(152)이다. 상기에서 설명되는 바와 같이, 하나 이상의 상호작용은 다음을 포함할 수 있지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다: 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 코멘트하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 관한 대화를 개시하고 그에 의해 대화 데이터 오브젝트 표현을 생성하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 관한 의견을 제출하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 대한 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 데이터 오브젝트 표현 통해 클릭하는 것, 제1 브랜드 호스트 정보를 보기 위해 대화 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 관한 설문조사에 참여하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 관해 브랜드에게 추가 정보를 요청하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 브랜드로부터 직접적으로 구매하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 관한 경매에 참여하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아이템이 브랜드 및/또는 브랜드의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 브랜드에게, 데이터 오브젝트 표현에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 또는 이들의 조합.

[0237] 시스템은, 타이틀(163), 아이템 설명(164), 가격(165), 이미지 및/또는 미디어(166), 해설 필드(167), 옵션적으로 웹사이트, 예를 들면, 제품 웹사이트, 공급자 웹사이트, 재판매업자/분배자 웹사이트, 등등에 대한 하이퍼링크(도시되지 않음), 및 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 상호작용(172)을 포함하는 데이터 오브젝트 X 표현(162)을 생성하기 위해, 데이터 오브젝트에 포함되는 데이터를 추출한다. 데이터 오브젝트 표현은, 데이터베이스에 포함되는 전체 데이트세트보다 더 적은 것을 포함할 수 있는데, 예를 들면, 아이템 ID, 공급자 ID, 및 카테고리 ID의 시각적 표현을 생략한다.

[0238] 도 1h를 참조하여 본원에서 설명되는 바와 같이, 각각의 데이터 오브젝트는 그 데이터 오브젝트에 대한 상호작용 데이터를 포함한다. 시스템은 또한, 각각의 데이터 오브젝트에 대한 모든 상호작용 데이터를 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스에 저장하는 전역적 상호작용 데이터 데이터베이스를 포함한다. 전역적 상호작용 데이터 데이터베이스는 전역적 추적 데이터베이스의 서브컴포넌트 또는 시스템 상에서 유지되는 별개의 데이터베이스일 수 있다. 시스템은, 본원에서 설명되는 바와 같이, 시스템 상에 참여하는 공급자에 대한 마케팅 데이터를 생성하기 위해, 전역적 상호작용 데이터 데이터베이스에 저장된 상호작용 데이터를 사용한다. 특정 예에서, 데이터 오브젝트 X 표현이 좋아요가 10번 표시되었고 유저 A가 또한 데이터 오브젝트 X 표현을 좋아한다는 것을 나타내면, 데이터 오브젝트 X 표현에 좋아요를 표시한 시스템 상의 유저의 수는 11로 증가될 것이다. 유저 A가 데이터 오브젝트 X 표현에 싫어요를 표시하면, 데이터 오브젝트 X 표현에 좋아요를 표시하는 유저의 수는 10으로 감소된다. 사용 통계 및 다른 분석치를 공급자에게 보고하는 목적을 위해, 시스템은 데이터 오브젝트와의 상호작용의 수를 기록한다, 예를 들면, 이 특정 예에서는, 데이터 오브젝트 X 표현이 시스템 상에서 지금까지 수신한 좋아요의 총 수(11)를, 데이터 오브젝트 X 표현이 시스템 상에서 수신한 싫어요의 총 수(1)와 함께 기록하는데, 그 결과, 현재 좋아요의 카운트는 10이고, 이것은 데이터 오브젝트 X 표현의 필드(172)에서 디스플레이되는 좋아요의 수이다. 데이터 오브젝트 표현과의 각각의 상호작용은, 데이터 오브젝트 표현과 상호작용한 유저의 유저 ID 및 그것이 발생한 날짜와 함께, 전역적 상호작용 데이터 데이터베이스에 별개로 기록된다. 이것은 시스템이 통계치를 공급자에게 디스플레이하는 것 및 유저 활동의 시계열 분석을 행하는 것을 가능하게 한다.

[0239] 하나의 특정한 예에서, 유저가 데이터 오브젝트 표현과 어떻게 상호작용하는지를 공급자가 이해하려고 하면, 시스템은, 그 데이터 오브젝트 표현에 관해 시스템 상에서 유저에 의해 취해지는 상호작용의 세트에 대해 전역적 상호작용 데이터 데이터베이스에게 질의할 수 있다. 시스템에 의해 생성되는 상호작용의 세트는, 그 데이터 오브젝트와 관련되는 코멘트, 평점, 좋아요, 공유, 팔로어, 등등의 수를 포함할 것이다. 상호작용의 세트는

또한, 데이터 오브젝트의 클릭률, 그 데이터 오브젝트와 관련되는 구매 횟수, 등등을 포함할 것이다. 공급자는 또한, 특정한 데이터 오브젝트에 관련되는 상호작용 데이터 세트를, 공급자의 카탈로그의 다른 제품, 경쟁 공급자의 카탈로그, 그 특정한 데이터 오브젝트와 동일한 제품 카테고리의 데이터 오브젝트, 등등에 대해 비교할 수 있다. 하기에서 더 상세히 설명되는 이들 및 다른 마케팅 분석은, 데이터 오브젝트와 관련되는 그리고 전역적 상호작용 데이터 데이터베이스에 저장되는 상호작용 데이터를 사용하여 탐색될 수 있다.

[0240] 시스템 상에서의 데이터 전송 및 관리의 다른 실시예는 도 13a에서 개략적으로 예시된다. 이 대안적인 실시예에서, 유저 A는, 웹 페이지(1301), 모바일 애플리케이션 뷰(1302), 또는 다른 뷰잉 메커니즘(1303)을 통해 시스템에 액세스하고, 예를 들면, 공급자 데이터 오브젝트 X(공급자 프로파일(1305)에서 이용가능함)를 팔로우할 것을 선택한다(1304). 시스템은 유저 A와 데이터 오브젝트 X(1306) 사이의 연관성을 생성하고, 그 연관성은 전역적 추적 데이터베이스(1307)에 저장된다. 따라서, 이 특정한 예에서, 생성되는 연관성은 다음의 데이터를 포함한다: 유저 A 및 데이터 오브젝트 X. 상기에서 설명되는 예와는 달리, 시스템은 유저 A와 데이터 오브젝트 X 사이에서 연관성을 생성하지만, 그러나 데이터 오브젝트 X를 팔로우하는 유저 A의 결정에 응답하여 파생 데이터 오브젝트 X'가 생성되지는 않는다. 그 다음, 시스템은 시스템 상의 유저 A의 팔로어, 즉, 유저 B, 유저 C 및 유저 D의 데이터세트(1308)에 대해 전역적 추적 데이터베이스를 조사한다. 유저 A가 팔로어를 갖지 않으면, 데이터 오브젝트 X 표현은 하나 이상의 유저 A가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드, 예를 들면, 시스템 상에서의 최근의 유저 A 활동에 관련되는 섹션, 채널 및/또는 피드(1309)에서 디스플레이된다. 유저 A가 팔로어, 예를 들면, 유저 B를 가지면, 시스템은 데이터 오브젝트 X 표현을, 유저 B에게 신규인 데이터 오브젝트 표현을 시스템 상에서 디스플레이하도록 설계되는 유저 B가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드에서 디스플레이하고(1310); 그리고 마찬가지로, 유저 A가 추가적인 팔로어, 예를 들면 유저 C 및 유저 D를 가지면, 시스템은 데이터 오브젝트 X 표현을, 각각, 유저 C가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 그리고 유저 D가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 디스플레이한다. 유저 A 및/또는 데이터 오브젝트 X에 관련되는 전역적 추적 데이터베이스에 추가적인 연관성이 추가되면, 시스템은 이들 추가적인 연관성을 전역적 추적 데이터베이스에서 식별하고 추가적인 연관성의 데이터세트에 대한 임의의 업데이트를 신규 채널에서 디스플레이한다.

[0241] 유저 A가 소스 데이터 오브젝트 X 표현에 기초하여 대화 데이터 오브젝트를 생성하는 추가적인 실시예가 도 13b에서 묘사된다. 이 실시예에서, 유저 A가 소스 데이터 오브젝트 X 표현에 기초하여 대화 데이터 오브젝트 X를 생성하면(1311), 시스템은 대화 데이터 오브젝트 X를 생성하는데(1312), 대화 데이터 오브젝트 X는 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스(1313)에 저장되고, 유저 A, 소스 데이터 오브젝트 X, 및 대화 데이터 오브젝트 X 사이의 연관성이 생성된다(1314). 유저 A, 데이터 오브젝트 X, 및 대화 데이터 오브젝트 X 사이의 연관성은 생성되어 전역적 추적 데이터베이스(1307) 및/또는 추가적인 추적 데이터베이스에 저장되는데, 추가적인 추적 데이터베이스는 전역적 추적 데이터베이스 또는 시스템의 별개의 데이터베이스의 컴포넌트일 수도 있다. 그 다음, 시스템은 시스템 상의 유저 A의 팔로어, 즉, 유저 B, 유저 C 및 유저 D의 데이터세트(1308)에 대해 전역적 추적 데이터베이스를 조사한다. 유저 A가 팔로어를 갖지 않으면, 대화 데이터 오브젝트 X 표현은 하나 이상의 유저 A가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드, 예를 들면, 시스템 상에서의 최근의 유저 A 활동에 관련되는 섹션, 채널 및/또는 피드(1309)에서 디스플레이된다. 유저 A가 팔로어, 예를 들면, 유저 B를 가지면, 시스템은 대화 데이터 오브젝트 X 표현을, 유저 B에게 신규인 데이터 오브젝트 표현을 시스템 상에서 디스플레이하도록 설계되는 유저 B가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드에서 디스플레이하고(1315); 그리고 마찬가지로, 유저 A가 추가적인 팔로어, 예를 들면 유저 C 및 유저 D를 가지면, 시스템은 대화 데이터 오브젝트 X 표현을, 각각, 유저 C가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 그리고 유저 D가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 디스플레이한다.

[0242] 대화 데이터 오브젝트 및 이들이 시스템에서 저장 및 디스플레이되는 방식에 관한 추가적인 상세는 도 13c에서 묘사된다. 이 실시예에서, 유저 A의 팔로어인 유저 B가 대화 데이터 오브젝트 X에 코멘트를 달면(1316), 대화 데이터 오브젝트 X 표현은, 유저 B의 코멘트를 포함하도록 수정되고(1317), 그 수정된 형태의 대화 데이터 오브젝트 X는 집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스(1313)에 저장된다. 하나의 특정한 실시예에서, 데이터 오브젝트에 관한 대화를 시작하는 액션은 대화 데이터 오브젝트를 생성하지만, 그러나 대화 데이터 오브젝트에 관한 대화에 참여하는 것, 대화 데이터 오브젝트에 하나 이상의 코멘트를 추가하는 것 및/또는 대화 데이터 오브젝트의 하나 이상의 코멘트에 응답하는 것은 원래의 대화 데이터 오브젝트를 수정하지만 그러나 대화에 참여하는 것은 신규의 대화 데이터 오브젝트를 생성하지 않는다. 유저 B, 소스 데이터 오브젝트 X, 및 대화 데이터 오브젝트 X 사이에 연관성이 생성되고(1318), 그 연관성은 전역적 추적 데이터베이스(1307)에 저장된다. 그 다음, 시스템은 시스템 상의 유저 B의 팔로어, 즉, 유저 C 및 유저 D의 데이터세트(1319)에 대해 전역적 추적 데이터베이스를 조사한다. 유저 B가 팔로어를 갖지 않으면, 대화 데이터 오브젝트 X 표현은 하나 이상의 유저 B가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드, 예를 들면, 시스템 상에서의 최근의 유저 B 활동에 관련되는 섹션, 채널 및/

또는 피드(1320)에서 디스플레이된다. 유저 B가 팔로어, 예를 들면, 유저 C를 가지면, 시스템은 대화 데이터 오브젝트 X 표현을, 유저 C에게 신규인 데이터 오브젝트 표현을 시스템 상에서 디스플레이하도록 설계되는 유저 C가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드에서 디스플레이하고(1321); 그리고 마찬가지로, 유저 B가 추가적인 팔로어, 예를 들면, 유저 D를 가지면, 시스템은 유저 D가 커스터마이징한 채널 또는 피드에서 대화 데이터 오브젝트 X 표현을 디스플레이한다.

[0243] 도 13d에서 도시되는 바와 같이, 시스템의 한 명보다 많은 유저가 데이터 오브젝트에 관해 대화하는 것이 가능하다. 이 실시예에서, 유저 A 및 유저 C 각각이 소스 데이터 오브젝트 X 표현에 관한 독립적인 대화를 시작하고(각각 1322 및 1323), 시스템은 시스템 상에서의 유저 A 및 유저 C의 액션에 기초하여 두 개의 대화 데이터 오브젝트 X, 즉, 유저 A 대화 데이터 오브젝트 X(1324a) 및 유저 C 대화 데이터 오브젝트 X(1324b)를 생성한다. 유저 A, 소스 데이터 오브젝트 X, 및 유저 A 대화 데이터 오브젝트 X 사이에 연관성이 생성되고(1325), 그 연관성은 전역적 추적 데이터베이스(1307)에 저장되고; 그리고 유저 C, 데이터 오브젝트 X, 및 유저 C 대화 데이터 오브젝트 X 사이에 연관성이 생성되고(1326), 그 연관성도 또한 전역적 추적 데이터베이스에 저장된다. 그 다음, 시스템은 시스템 상의 유저 A 및 유저 C의 팔로어의 데이터세트(각각, 1327 및 1328)에 대해 전역적 추적 데이터베이스를 조사한다. 유저 A 및 유저 C가 팔로어를 갖지 않으면, 유저 A 대화 데이터 오브젝트 X 및 유저 C 대화 데이터 오브젝트 X 각각은 하나 이상의 유저 A가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드, 예를 들면, 시스템 상에서의 최근의 유저 A 및 유저 C 활동에 관련되는 섹션, 채널 및/또는 피드(각각, 1329 및 1330)에서 개별적으로 디스플레이된다. 유저 A 및 유저 C가 한 명 이상의 팔로어를 가지면, 시스템은, 그 추가적인 유저에게 신규인 데이터 오브젝트 표현을 시스템 상에서 디스플레이하도록 설계되는 이들 팔로어가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드에서, 유저 A 대화 데이터 오브젝트 X 표현 및 유저 C 대화 데이터 오브젝트 X 표현을 디스플레이한다(1331).

[0244] 시스템 상에서의 데이터 전송 및 관리의 하나의 실시예의 다른 예시가 도 13e에서 개략적으로 예시된다. 유저 A는 그의 GUI(1332) 상에서 시스템과 인터페이싱하고(i), 공급자 Z에 의해 생성되는 데이터 오브젝트인 데이터 오브젝트 X 표현을 팔로우할 것을 선택한다(1333). 상기에서 설명되는 바와 같이, 공급자 Z는 데이터 테이블(1334)에 의해 표현되는데, 데이터 테이블(1334)은, 공급자 Z의 ID를 포함하는 프로파일(1335), 공급자 Z의 아이템 카탈로그(1336)(그리고 그 카탈로그의 각각의 아이템은 고유의 아이템 ID를 가짐), 연락처, 팔로어, 및 팔로우하는 데이터 테이블(1337), 및 각각의 관심 분야 및/또는 카테고리에 대한 관심 분야 및/또는 카테고리 ID를 포함하는 관심 분야 및/또는 카테고리 데이터 테이블(1338)뿐만 아니라, 공급자 Z의 관심 분야 및/또는 카테고리의 각각의 제품에 대한 고유의 아이템 ID를 포함한다. 유저가 데이터 오브젝트 X 표현을 팔로우할 것을 선택하면, 그 선호도는 유저 A의 데이터 테이블(1339)에 저장되는데(ii), 유저 A의 데이터 테이블(1339)은, 그의 유저 ID를 포함하는 그의 유저 프로파일(1340), 그의 연락처, 팔로어, 및 팔로우하는 데이터 테이블(1341), 및 유저 A의 선호도(1342)를 포함한다. 그 다음, 시스템은, 유저 A와 데이터 오브젝트 X 사이의 연관성(1343)을 생성하고(iii), 그 연관성은 전역적 추적 데이터베이스(1307)(또한 엘리먼트(105)의 컴포넌트)에 저장된다(iv). 그 다음, 시스템은, 시스템 상의 유저 A의 팔로어, 즉, 유저 B, 유저 C 및 유저 D의 데이터세트(1344)를 생성하기 위해(v) 전역적 추적 데이터베이스를 조사한다. 시스템은, 유저 B, 유저 C, 및 유저 D에게 신규인 데이터 오브젝트 표현을 시스템 상에서 각각 디스플레이하도록 설계되는 B, C, 및 D가 커스터마이징한 섹션, 채널 또는 피드(각각, 1345, 1346, 및 11347)에서, 유저 A의 팔로어, 예를 들면, 유저 B, 유저 C 및 유저 D에게 데이터 오브젝트 X 표현을 디스플레이한다(vii).

[0245] 대화 데이터 오브젝트 및 수반하는 대화 데이터 오브젝트 표현의 예는 도 13f에서 예시된다. 도 1h에서 묘사되는 데이터 오브젝트와 아주 유사하게, 대화 데이터 오브젝트 X는, 아이템 ID(1349), 타이틀(1350), 아이템 설명(1351), 가격(1352), 옵션적으로, 이미지 및/또는 미디어(1353), 해설 필드(1354), 공급자 ID(1355), 옵션적으로, 아이템과 관련되는 카테고리에 대한 카테고리 ID(1356), 옵션적으로, 웹사이트(1357), 예를 들면, 제품 웹사이트, 공급자 웹사이트, 재판매업자/분배자 웹사이트, 등등에 대한 하이퍼링크, 및 시스템 상의 한 명 이상의 유저 및/또는 공급자가 그 데이터 오브젝터와 가졌던 하나 이상의 상호작용(또는 상호작용 데이터)(1358)을 포함하는 데이터베이스(1348)이다. 대화 데이터 오브젝트 X 데이터베이스는 또한, 대화 데이터 오브젝트를 생성한 유저의 유저 ID(1359)를 포함한다. 상호작용은, 대화 데이터 오브젝트 표현과 상호작용하는 유저와 대화 데이터 오브젝트 사이의 연관성으로서 시스템에 저장된다. 상기에서 설명되는 바와 같이, 하나 이상의 상호작용은 다음을 포함할 수 있지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다: 대화 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 대한 선호도를 표현하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 코멘트하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 관한 의견을 제출하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 대한 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 대화 데이터 오브젝트 표현 통해

클릭하는 것, 제1 브랜드 호스트 정보를 보기 위해 대화 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 관한 설문조사에 참여하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 관해 브랜드에게 추가 정보를 요청하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 브랜드로부터 직접적으로 구매하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에 관한 경매에 참여하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 대화 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아이템이 브랜드 및/또는 브랜드의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 브랜드에게, 대화 데이터 오브젝트 표현에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 또는 이들의 조합.

[0246] 시스템은, 타이틀(1361) 및 다음의 옵션적인 필드 중 하나 이상을 포함하는 대화 데이터 오브젝트 X 표현(1360)을 생성하기 위해 대화 데이터 오브젝트에 포함되는 데이터를 추출한다: 아이템 설명(1362), 가격(1363), 이미지 및/또는 미디어(1364), 해설 필드(1365), 웹사이트, 예를 들면, 제품 웹사이트, 공급자 웹사이트, 재판매업자/분배자 웹사이트, 등등에 대한 하이퍼링크(도시되지 않음), 및 데이터 오브젝트 표현과의 하나 이상의 상호작용(1366)을 포함하는 데이터 오브젝트 X 표현(1360)을 생성하기 위해, 데이터 오브젝트에 포함되는 데이터를 추출한다. 대화 데이터 오브젝트 표현은, 데이터베이스에 포함되는 전체 데이트세트보다 더 적은 것을 포함할 수 있는데, 예를 들면, 아이템 ID, 공급자 ID, 및 카테고리 ID의 시각적 표현을 생략한다. 대화 데이터 오브젝트 표현은 또한, 옵션적으로, 소스 데이터 오브젝트로부터 대화 데이터 오브젝트를 구별하기 위한 표현의 시각 표시자, 예를 들면, 아이템 이미지를 둘러싸는 텍스트 박스(1367)뿐만 아니라, 대화 데이터 오브젝트를 생성한 유저의 표현(1368) 및 데이터 오브젝트 표현의 대상인 대화의 맥락을 나타내는 서브타이틀(1368)을 포함할 수 있다. 하나의 특정한 실시예에서, 대화 데이터 오브젝트 표현은, 대화 데이터 오브젝트에 의해 표현되는 아이템을 가리키는 타이틀, 대화 데이터 오브젝트를 생성한 유저의 표현, 및 대화 데이터 오브젝트 표현에 의해 표현되는 대화의 맥락을 나타내는 서브타이틀을 포함한다.

[0247] 소비자 유저 프로파일 & 인터페이스

[0248] 소비자 유저는, 사인인(signing in)하지 않고도, 어떠한 아이템/브랜드 선호도 및/또는 관심 분야를 명시하지 않고도, 또는 어떠한 개인 정보도 제공하지 않고도, 시스템을 사용할 수 있다. 이 실시예에서, 시스템은 등록되지 않은 소비자 유저가 시스템의 컨텐츠를 보는 것을 허용하지만, 그러나 미등록 소비자 유저의 액세스는 시스템의 비제한 기능(unrestricted function)으로 제한될 수 있다, 예를 들면, 등록되지 않은 소비자 유저는 집합적 브랜드 데이터 테이블 및/또는 특정한 브랜드 데이터 테이블을 검색할 수 있고, 아이템 및/또는 브랜드 상세(각각, 아이템 또는 브랜드 데이터 오브젝트 표현)를 볼 수 있고, 소비자 유저 및 브랜드 유저 활동을, 그것이 모든 유저에 걸쳐 발생하고 있을 때 볼 수 있고, 등등을 할 수 있고, 한편 등록된 소비자 유저는 하나 이상의 아이템 및/또는 브랜드 리스트를 생성할 수 있고, 시스템에서의 하나 이상의 아이템, 브랜드 및/또는 개인을 팔로우할 수 있고, 등등을 할 수 있다.

[0249] 바람직한 실시예에서, 소비자 유저는, 그/그녀의 이름, 이메일, 패스워드, 및 옵션적으로 하나 이상의 추가 필드, 예를 들면, 주소, 전화번호, 성별, 생일, 대략적인 개인 또는 가구 소득, 고용 정보, 별개의 소셜 네트워킹 웹사이트에 대한 참조, 나이 검증 정보, 예를 들면, 운전면허증 번호 또는 다른 형태의 개인 식별 정보, 닉네임(들), 아바타, 출생지, 직업, 취미, 모교(들), 배우자의 유무, 나이 및 한 명 이상의 친척의 나이 및 아이덴티티, 등등을 포함하는 소비자 유저 프로파일을 포함하는 프로파일을 시스템 상에서 생성한다. 시스템 상에서 프로파일을 생성하는 방법은 도 2a에서 예시된다. 등록되지 않은 소비자 유저가 시스템에 액세스하고(201) 옵션적으로 시스템 데모(demonstration)를 보는 것에 의해 시스템을 탐색할 기회를 제공받는다(202). 소비자 유저가 데모를 볼 것을 택하면, 시스템은 데모를 유저에게 디스플레이하고(203) 등록되지 않은 유저를 위한 초기 랜딩 페이지(201)로 유저를 다시 안내한다. 또한, 소비자 유저는 시스템에 참여하는 다양한 브랜드를 보기 위한 옵션을 제공받고(204), 옵션적으로, 검색 가능한 브랜드 리스트를 디스플레이할 것을 시스템에게 지시하고(205), 및/또는 소비자 유저는 시스템에 참여하는 브랜드에 대한 집합적 브랜드 데이터 테이블을 간단히 검색할 수 있다. 소비자 유저는 시스템 상에서 프로파일을 생성할 기회를 제공받고(206), 선택되면, 시스템은, 소비자 유저를 식별하기 위해 시스템이 사용할 정보(210)를 포함하는 사인 업(sign-up) 화면을 디스플레이한다(209).

[0250] 하나의 실시예에서, 프로파일 생성 프로세스는, 소비자 유저로부터, 하나 이상의 관심 분야 카테고리의 그/그녀의 관심 분야뿐만 아니라, 그/그녀의 취미, 직업, 등등에 관한 정보를 수집하는 것을 포함한다. 도 3a는 시스

템 상에서 프로파일을 생성하는 하나의 방법을 예시한다. 도 3a는 프로파일 생성 화면의 예이다. 모듈은 일련의 관심 분야를 디스플레이하고(301) 소비자 유저는 그/그녀가 좋아하는 관심 분야를 선택한다. 그 다음, 모듈은 선택된 관심 분야 카테고리 내에 있는 일련의 브랜드를 디스플레이할 수 있고 소비자 유저는, 소비자 유저가 관심이 없는 그 관심 분야 카테고리 내에 있는 브랜드를 선택해제할 수 있다(302)(도 3b). 마찬가지로, 일단 소비자 유저가 시스템을 소셜 네트워킹 사이트의 그/그녀의 연락처에 링크하면, 모듈은 소비자 유저가 팔로우하는 사람들의 아바타를 디스플레이할 수 있고, 소비자 유저는 그/그녀가 시스템 상에서 팔로우하고 싶지 않은 사람들을 선택해제할 수 있다(도시되지 않음). 또한, 모듈은, 소비자 유저가 그/그녀의 관심 분야의 관점에서 생성하기를 원할 수도 있는 하나 이상의 리스트를 디스플레이할 수 있고 소비자 유저는, 시스템 상에서 배치하기를 소망하지 않는 리스트를 선택해제할 수 있고 및/또는 시스템 상에서 배치하기를 원하는 신규 리스트를 생성할 수 있다(도 3c).

[0251] 도 3d는, 소비자 유저가 시스템 상에서 프로파일을 어떻게 생성할 수 있는지의 개략적인 예시이다. 하나의 실시예에서, 소비자 유저는 소셜 네트워킹 사이트에 로그인하고(303) 그/그녀는 시스템 로그인 화면으로 안내된다(304). 소비자 유저는 그/그녀의 소셜 네트워크 로그인 자격 정보를 입력할 것을 재촉받고(305) 시스템은 소셜 네트워크(307)와 연결하여(306) 그 자격 정보가 유효한지를 확인한다(308). 자격 정보가 유효하지 않으면, 시스템은 소비자 유저에게 그/그녀의 소셜 네트워크 자격 정보를 사용하지 않고 로그인할 것을 재촉한다. 자격 정보가 유효하면, 시스템은 집합적 소비자 데이터 테이블에게 질의하여(309, 310), 시스템 상에 현존하는 프로파일을 가지고 있다는 것을 확인한다(311). 소비자 유저가 현존하는 프로파일을 가지고 있으면(312), 시스템은 소비자 유저 프로파일 데이터 테이블(314)로부터 인출되는 정보에 기초하여 그 프로파일에 대한 소비자 유저 랜딩 페이지를 디스플레이한다(313). 소비자 유저가 현존하는 프로파일을 가지고 있지 않으면, 시스템은 그 소비자 유저에 대한 시스템 상에서의 신규의 프로파일을 생성하고 프로파일 정보를 그 소비자 유저에 대한 소비자 프로파일 데이터 테이블에 저장한다. 시스템은, 도 3a 내지 도 3c를 참조로 상기에서 설명되는 바와 같이, 소비자 유저에게, 소비자 유저가 그/그녀의 즐겨찾기(favorite)로 선택할 브랜드 및/또는 아이템 카테고리의 하나 이상의 리스트를 제시하고(315), 프로세스의 이 단계에서 제시되는 브랜드, 브랜드 카테고리, 아이템, 및 아이템 카테고리에 관한 정보가 집합적 브랜드 데이터 테이블에 의해 제공된다(316). 시스템은 또한, 즐겨찾기 마법사(favorite wizard)(318)로 알려진, 그리고 하기에서 설명되는 즐겨찾기 선택(favorite selection)(317)을 용이하게 하는 피쳐를 포함한다. 소비자 유저는 좋아하는 브랜드 및 아이템 카테고리를 선택하고(319), 뿐만 아니라 옵션적인 서브카테고리(도시되지 않음)를 선택하고, 시스템은 이 프로세스를 위한 정보를 집합적 브랜드 데이터 테이블로부터 인출하여(320), 그 소비자에 대한 소비자 브랜드 선호도 데이터 테이블(321)에 결과를 저장한다. 이 프로세스의 끝에서, 소비자 유저 프로파일이 생성된다(322).

[0252] 일단 소비자 유저가 데이터 오브젝트에 대한 선호도를 표현하면, 시스템 소프트웨어는, 집합적 소비자 데이터 테이블, 개별 소비자 데이터 테이블, 집합적 브랜드 데이터 테이블, 및/또는 개별 브랜드 데이터 테이블에 저장되어 있는 팔로위/팔로어 관계를 질의하는 것에 의해, 데이터 오브젝트가 어떤 소비자 유저 GUI, 채널 또는 피드에서 디스플레이되어야 하는지를 결정한다. 예를 들면, 소비자 유저 밥(Bob)이 시스템 상에서 브랜드 Y 신발을 팔로우하고 브랜드 Y가 새로운 신발 데이터 오브젝트를 추가하면, 밥의 소비자 유저 GUI의 하나 이상의 섹션, 채널, 또는 피드에서 새로운 신발 데이터 오브젝트가 디스플레이되도록, 시스템은, 밥이 브랜드 Y 신발에서 표현한 선호도를 찾기 위해, 집합적 소비자 데이터 테이블, 개별 소비자 데이터 테이블, 집합적 브랜드 데이터 테이블, 및/또는 개별 브랜드 데이터 테이블에게 질의할 것이다. 시스템은 데이터 오브젝트에 대한 참조를 적절한 미리 정의된 또는 커스터마이징된 채널 또는 피드 데이터 테이블로 카피하고 각각의 미리 정의된 또는 커스터마이징된 채널과 관련되는 소비자 유저는 채널 또는 피드 GUI의 다음 번 리프레시의 때에 신규의 데이터 오브젝트를 보게 될 것이다. 또한, 소비자 유저가 이전에 보지 않은 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이하도록 설계되는 채널 또는 피드(예를 들면, "신규 채널")의 경우, 데이터 오브젝트를 주어진 소비자 유저가 봤다는 및/또는 데이터 오브젝트가 시스템에 의해 소비자 유저에게 그/그녀의 GUI에서 이미 제시되었다는 것을 시스템이 결정한 이후, 시스템은 신규 채널 데이터 테이블로부터 참조를 삭제하는 것에 의해 데이터 오브젝트를 신규 채널로부터 제거할 것이다. 하나의 실시예에서, 시스템은, 예를 들면, 브라우저의 자바스크립트를 통해, 데이터 오브젝트 표현이 GUI에서 디스플레이되었다는 것을 검출하는 것에 의해, 데이터 오브젝트 표현을 유저가 봤는지의 여부를 결정할 수 있고, 신규 채널 데이터 테이블로부터 데이터 오브젝트를 제거할 것을 시스템에게 지시하기 위해 메시지가 서버로 전송된다. 신규 채널이 리프레시되면, 그 데이터 타일은 더 이상 디스플레이되지 않을 것이다. 대안적으로, 시스템은 소비자 유저에 의해 그/그녀의 브라우저에서 실제 "뷰"를 검출하지 않을 수도 있지만, 대신, 신규 채널에서 제시된 데이터 오브젝트의 목록을 단순히 유지하고, 일단 제시되면, 그 데이터 오브젝트에 대한 참조(reference)가 신규 채널 데이터 테이블로부터 삭제된다. 또 다른 대안예에서, 시스템은,

선택된 시간 내에, 예를 들면, 한 주, 한 달, 세 달, 등등 내에, 신규 채널의 제1 디스플레이로부터 데이터 오브젝트에 대한 참조를 삭제할 수 있다.

[0253] 도 3e는 상기에서 언급된 즐겨찾기 마법사(318)를 예시한다. 즐겨찾기 마법사는, 집합적 브랜드 데이터 테이블(320)로부터 인출되는 정보에 기초하여, 소비자 유저에게 모든 관심 분야 카테고리를 제시한다(319). 소비자 유저는 좋아하는 관심 분야 카테고리를 선택하고(321), 옵션적으로, 서브카테고리를 선택하고(322) 이들 선택은 소비자 프로파일(323)에 저장된다. 시스템은, 옵션적으로, 옵션적인 정보, 예를 들면, 아이템/브랜드 제안을 생성하기 위해 시스템에 의해 사용될 수 있는 소비자 유저의 직업, 평균 가구 수입, 주택 소유, 구매 책임, 어린이, 배우자 유무, 등등에 관한 하나 이상의 필드를 제시한다(324). 소비자 유저가 옵션적인 정보를 프로파일에 포함할 것을 택하면, 그/그녀는 정보를 입력하는데(325), 정보는 소비자 프로파일(323)에 저장된다. 시스템은 옵션적으로, 소비자 유저에 의해 제공되는 옵션적 정보 및 집합적 브랜드 데이터 테이블(326)에 포함되는 정보에 기초하여 추가적인 관심 분야 카테고리 및/또는 브랜드 제안을 생성하고(327), 소비자 유저는 추가적인 제안으로부터 선택하여(328) 소비자 유저 프로파일(323)에 저장되는 프로파일을 생성한다.

[0254] 추가적인 실시예에서, 즐겨찾기 마법사는 또한, 소비자 유저의 프로파일 정보, 예를 들면, 나이 범위, 성별 및 관심 분야를, 시스템 상의 필적하는 소비자 유저의 아이템 및/또는 브랜드 선택과 비교할 수 있고, 시스템은 그 비교에 기초하여 제안을 디스플레이한다. 예를 들면, 소비자 유저가 골프에 관심을 갖는 45세의 남성이면, 시스템은, 골프에 대한 관심을 또한 표현한 동일한 연령 범위 이내의 시스템 상의 추가적인 남성의 아이템/브랜드 선호도를 조사할 것이고, 추가적인 소비자 유저가 선택한 아이템 및/또는 브랜드를 제안된 즐겨찾기로서 디스플레이한다.

[0255] 다음의 예는, 상기에서 설명되는 그리고 도 3a 내지 도 3e에서 예시되는 프로파일 생성 시스템을 예시하도록 기능한다: 소비자 유저는 하나 이상의 선호되는 관심 분야 카테고리, 예를 들면, 스포츠 및 야외 활동을 식별하고, 시스템은 하나 이상의 선호되는 관심 분야 서브카테고리를, 예를 들면, 스포츠 및 야외 활동의 카테고리 내에서 디스플레이하고, 소비자 유저는 팀 스포츠, 운동 및 피트니스, 야외 레크리에이션, 운동 및 아웃도어 의류, 등등을 특정할 수 있다. 선택되는 각각의 추가적인 관심 분야 카테고리에 대해서, 소비자 유저는, 옵션적으로, 관심 분야 서브카테고리를, 예를 들면, 장난감의 카테고리 내에서 선택할 수 있고, 소비자 유저는 비디오 게임, 인형, 및/또는 조립용 완구(construction toy)에 대한 관심을 특정할 수 있고, 소형 소비자 전자장치의 카테고리 내에서, 소비자 유저는 카메라, 전화기, 및/또는 라디오에 관심을 특정할 수 있다. 각각의 선호되는 관심 분야 서브카테고리는 추가적인 서브카테고리로 추가로 분류될 수 있는데, 예를 들면, 카메라의 서브카테고리 내에서, 소비자 유저는 디지털 카메라, SLR, 및 캠코더, 등등에 관심을 특정할 수 있다. 시스템은 하나 이상의 미리 정의된 관심 분야 카테고리 및 서브카테고리를 포함할 수 있고 및/또는 소비자 유저는 소비자 유저 고유의 관심 분야 카테고리 및 서브카테고리를 정의할 수 있다. 상기에서 설명되는 바와 같이, 각각의 카테고리(및 서브카테고리)는 고유의 ID를 포함하고 그 카테고리와 관련되는 제품 및/또는 브랜드도 또한 고유의 ID를 포함한다. 따라서, 소비자 유저가 시스템 상의 제품의 특정한 카테고리에 대한 선호도를 표현하면, 유저 ID와 카테고리 ID 사이의 연관성이 시스템에 의해 만들어지고, 그 다음, 시스템은, 그 카테고리에 포함되는 아이템 ID를 식별하고 그들 아이템 ID를 유저에게 디스플레이하기 위해, 그 연관성을 사용한다. 그러므로, 시스템은, 그/그녀의 선호도와 매치하는 데이터 오브젝트의 맞춤된 서브셋을 생성하기 위해, 그 카테고리 내에서 고유의 유저 ID, 카테고리 ID 및 아이템 ID를 매치시킨다.

[0256] 일단 소비자 유저가 관심 분야 카테고리 및/또는 하나 이상의 서브카테고리를 선택하면, 소비자 유저에 의해 강조되는 관심 분야 카테고리 및/또는 서브카테고리 내에서 분류되는 시스템에 참여하는 대표적인 브랜드를 디스플레이하기 위해, 선택 화면은 업데이트된다. 하나의 실시예에서, 브랜드는 선택 화면에서 주도적으로 디스플레이되기 위해, 예를 들면, 선택된 관심 분야 카테고리 내에서 분류되는 대표적인 브랜드의 첫 번째 그룹화에서 디스플레이되기 위해, 추가적인 요금을 지불할 수 있다(이것은 하기에서 더 상세히 설명되는 아이템을 "피처링"하는 방식의 한 예이다). 관심 분야 카테고리 선택 단계는, 소비자 유저에 의한 선택 프로세스 동안 임의의 시간에서 업데이트될 수 있다. 다양하고 대표적인 브랜드는, 개별 브랜드 로고를 사용하여 선택 화면에서 나타내어질 수 있거나 또는 필드는 브랜드 이름에 따른 브랜드의 리스트를 포함할 수 있다. 소비자 유저는 프로파일 셋업에서 제공되는 리스트로부터 하나 이상의 브랜드를 선택 및/또는 선택해제할 수 있다, 즉, 좋아하는 브랜드를 선택하고 및/또는 소비자 유저가 시스템 상에서 브라우징하기를 원하지 않는 브랜드를 제거한다. 대안적으로, 소비자 유저는 프로파일 셋업에서 제공되는 리스트로부터 어떠한 브랜드도 선택 및/또는 선택해제할 필요가 없는데, 이것은, 소비자 유저에 의해 선택되는 일반적인 관심 분야 카테고리/서브카테고리 내에서 분류되는 모든 브랜드로부터의 정보를 소비자 유저가 보는 것을 허용한다. 예를 들면, 소비자 유저는 임의의 브랜드

의 또는 특정한 디자이너의 여성 의류에 대한 관심을 명시할 수 있다. 또한, 소비자 유저는 특정한 제조업체에 의해 만들어진 여성 의류를 선택해제할 수 있는데, 이것은, 소비자 유저의 뷰에서 그 제조업체를 제거하도록 소비자 유저의 결과를 필터링할 것을 시스템에게 통지할 것이다. 여전히 또한, 소비자 유저는, 프로파일 셋업 동안 임의의 시간에, 브랜드 선택 프로세스의 전체 또는 일부를 리프레시할 수 있다.

[0257] 또한 또는 대안적으로, 소비자 유저는, 특정한 관심 분야 카테고리에 대한 어떠한 참조도 없이, 프로파일 셋업 동안 하나 이상의 브랜드를 또한 선택할 수 있다. 이 실시예에서, 시스템은, 시스템에 참여하는 브랜드의 리스트를 제시하고 소비자 유저는, 그/그녀가 관심을 갖는 브랜드를 선택한다. 브랜드의 리스트는 소비자 유저에게 임의의 순서로, 예를 들면, 알파벳순으로 디스플레이될 수 있거나 또는 하나 이상의 관심 분야 카테고리로 분할될 수 있다. 소비자 유저는 또한, 소비자 유저가 이미 소유하고 있는 아이템/브랜드를 제거하도록 브랜드의 아이템 제공의 결과를 시스템이 필터링하는 것을 허용하기 위해, 소비자 유저가 어떤 아이템/브랜드를 이미 소유하고 있는지 또는 경험하고 있는지에 정보를 제공할 수 있다. 이와 관련하여, 시스템은, 시스템 상에서 또는 일반적인 시장에서 신규로 출시된 아이템은 반드시 아닐지라도, 주어진 소비자 유저에게 새로운 아이템을 포함하는 목표로 된 쇼핑 결과를 제공할 수 있다.

[0258] 시스템은, 소비자 유저의 쇼핑 선호도에 관해 시스템에게 더 잘 통지할 수도 있는 추가적인 정보를 소비자 유저로부터 수집할 수 있다. 예를 들면, 시스템은, 직업, 수입, 주택 소유, 소비자 유저가 가족 쇼핑(household shopping)을 주로 담당하는지의 여부, 및 그/그녀가 자녀가 있는지의 여부 및 자녀의 대략적인 연령 범위에 관한 정보를 수집할 수 있다. 소비자 유저가 가족 아이템에 관심이 없을 수도 있지만, 소비자 유저가 가족 쇼핑을 주로 담당하는지의 여부에 관한 정보 때문에, 주요한 가족 구매자로서, 그/그녀는, 그럼에도 불구하고, 가정용품, 세정 용품, 등등, 예를 들면, 가족을 유지하는 것과 관련되는 물품 및 서비스에 관심이 있을 수도 있다(소비자는, 그/그녀가 이러한 아이템에 관한 정보를 수신하는 것에 관심이 없으면, 이 정보를 제공하지 않을 것을 선택할 수 있다). 마찬가지로, 소비자의 자녀의 수에 관한 정보는, 비록 소비자 고객이 프로파일 생성 프로세스의 다른 단계에서 자녀용 아이템에 대한 관심을 반드시 표현하지는 않았지만, 소비자의 관심이 자녀용 아이템, 예를 들면, 의류 및 장난감으로 확장될 수도 있다는 것을 시스템 및/또는 브랜드에게 통지할 수도 있다(소비자 유저는 또한, 그/그녀가 이러한 아이템에 관한 정보를 수신하는 것에 관심이 없으면, 이 정보를 제공하지 않을 것을 선택할 수 있다). 추가적인 정보의 이들 옵션적 카테고리는 유저의 프로파일에 추가되어, 시스템이 유저에게 디스플레이할 수 있는 데이터 오브젝트의 범위를 확장시킬 수 있다.

[0259] 소비자 유저는 또한 한 명 이상의 연락처의 리스트를 그/그녀의 프로파일에 포함할 수 있다. 연락처는 시스템의 소비자 유저일 필요는 없다. 바람직한 실시예에서, 소비자 유저의 연락처 중 한 명 이상은 또한 시스템의 소비자 유저("추가적인 소비자 유저)이다. 하나의 실시예에서, 소비자 유저의 연락처 데이터 테이블은, 소셜 네트워킹 웹사이트의 소비자 유저의 연락처 데이터 테이블의 한 명 이상의 연락처를 가져오는 것에 의해 채워진다. 대안적으로 또는 추가적으로, 연락처 데이터 테이블은, 이메일 교환 시스템의 소비자 유저의 연락처 데이터 테이블의 한 명 이상의 연락처를 가져오는 것에 의해 채워질 수 있다. 하나의 실시예에서, 연락처 데이터 테이블은, 소비자 유저에 의해 팔로우되는 개인 및/또는 브랜드 및/또는 소비자 유저를 팔로우하는 브랜드 및/또는 개인의 리스트를 포함한다. 대안적으로, 소비자 유저 프로파일은, 소비자 유저에 의해 팔로우되는 개인 및/또는 브랜드 및/또는 소비자 유저를 팔로우하는 브랜드 및/또는 개인의 리스트를 포함하는 팔로어/팔로어 데이터 테이블을 포함할 수 있고 팔로어/팔로어 데이터 테이블은 연락처 데이터 테이블과 분리된다.

[0260] 시스템은, 소비자 유저가 시스템을 통해 소셜 네트워킹 사이트 상의 연락처 또는 연락처들과의 상호작용을 관리하는 것, 예를 들면, 특정한 소셜 네트워킹 사이트에 참여하는 시스템의 모든 유저를 브라우징하고 검색하는 것, 소셜 네트워킹 사이트를 통한 연락처가 되도록 다른 시스템 유저를 초대하는 것, 시스템을 통한 친구 초대를 수락 및/또는 거절하는 것, 시스템 상의 연락처 또는 연락처 리스트로부터 연락처 또는 연락처들을 제거하는 것, 시스템을 통해 한 명 이상의 연락처 또는 그들의 네트워크의 연락처로 사적 메시지(private message)를 전송하는 것, 시스템을 통한 그들의 네트워크의 연락처로부터의 통신을 차단하는 것, 및/또는 시스템 상에서의 친구의 또는 연락처의 부정행위(misconduct)를 시스템 관리자에게 보고하는 것을 허용할 수 있다. 또한, 소비자 유저는 그들의 연락처 리스트를 그리드 또는 리스트 형태로 볼 수 있고, 그들의 연락처 또는 연락처 리스트를 이름 또는 성에 따른 알파벳 순으로 정렬할 수 있고, 연락처 또는 연락처 리스트, 그룹 연락처 또는 하나 이상의 리스트의 연락처에 대한 키워드(또는 이름) 검색을 수행할 수 있고, 그리고 모든 연락처 또는 최근에 추가된 및/또는 업데이트된 프로파일, 등등을 갖는 연락처를 디스플레이하도록, 그리고 연락처 리스트로부터의 연락처를 하나 이상의 선호되는 리스트, 예를 들면, 선물 리스트 및/또는 감시 리스트에 추가하도록 연락처 또는 연락처 리스트를 필터링할 수 있다.

[0261] 게다가, 소비자 유저는 또한, 그/그녀의 선호되는 관심 분야, 아이템, 및/또는 브랜드에 의해 채워지는 그/그녀의 소비자 유저 프로파일에서 하나 이상의 리스트를 생성할 수 있다. 각각의 개별 소비자 프로파일은, 소비자 유저의 구매 선호도, 예를 들면, 브랜드 선호도, 아이템 선호도, 및 관심 분야 카테고리를 포함하는 하나 이상의 추가적인 데이터 테이블을 포함한다. 하나 이상의 추가적인 데이터 테이블은, 소비자 유저에 의해 정의되는 임의의 방식으로 편제되는 하나 이상의 아이템 리스트를 포함할 수 있다. 예를 들면, 소비자 유저는, 소망의 아이템, 소유한 아이템, 사용한 아이템, 선호되는 아이템, 써드파티를 위해 소비자에 의해 식별되는 아이템, 소비자가 본 아이템, 소비자에 의해 연락처와 공유되는 또는 코멘트가 달린 아이템, 연락처에 의해 소비자와 공유되는 또는 코멘트가 달린 아이템 및 모든 아이템:을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 하나 이상의 리스트뿐만 아니라, 소망의 브랜드, 소유한 브랜드, 사용한 브랜드, 선호되는 브랜드, 써드파티를 위해 소비자에 의해 식별되는 브랜드, 소비자에 의해 친구와 공유되는 또는 코멘트가 달린 브랜드 데이터 오브젝트 표현, 및 친구에 의해 소비자와 공유되는 또는 코멘트가 달린 브랜드 데이터 오브젝트 표현, 및 모든 브랜드:를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 하나 이상의 브랜드 리스트(또한 소비자 유저에 의해 임의의 방식으로 편제됨)를 생성할 수 있다.

[0262] 예를 들면, 소비자 유저는 특정한 이유를 위한 아이템의 하나 이상의 리스트, 예를 들면, 위시(wish) 리스트, 선물 리스트, 생일 리스트, 및/또는 휴일 리스트를 생성할 수 있다. 본원에서 사용되는 바와 같이, 위시 리스트는 소비자 유저에 의해 소망되는 아이템/브랜드의 리스트이고, 한편 선물 리스트는, 써드파티를 위한 선물로서 소비자 유저가 원할 수도 있는 아이템/브랜드의 리스트이다. 생일 리스트 및 휴일 리스트 각각은, 특정한 경우를 위해 생성될 수 있는 특수한 선물 리스트의 예이다. 하나의 실시예에서, 소비자 유저는 그/그녀의 소비자 유저 프로파일의 하나 이상의 리스트에 대한 액세스를 한 명 이상의 연락처에게 허여할 수 있다. 예를 들면, 소비자 유저는 친구에게, 그의 또는 그녀의 프로파일의 제한된 수의 리스트, 예를 들면, 단지 그의/그녀의 위시 리스트 또는 선물 리스트에 대한 액세스를 허여할 수 있거나, 또는 그/그녀의 연락처 중 한 명 이상은 모든 그/그녀의 리스트에 대한 완전한 액세스를 허여 받을 수 있다. 이와 관련하여, 친구에게 허여되는 액세스는 뷰 전용 액세스일 수 있거나 또는 친구는 소비자 유저의 리스트의 아이템 중 하나 이상에 대해 코멘트를 다는 퍼미션을 소비자 유저에 의해 허여 받을 수 있다. 예를 들면, 소비자 유저가 주어진 이벤트, 예를 들면, 웨딩 또는 베이비 레지스트리에 대한 위시 리스트를 생성하면, 그/그녀는 그 레지스트리에 대한 액세스를 한 명 이상의 연락처에게 허여할 수 있고, 연락처는, 그들이 레지스트리 상의 하나 이상의 아이템을 구매했는지의 여부를 나타내도록, 옵션적으로는, 그들 자신을 이름에 의해 식별하도록 허용될 수 있다. 여전히 또한, 소비자 유저 프로파일은 또한, 소비자 유저에 의해 북마크된 시스템 상에서 이용가능한 아이템 및/또는 브랜드 페이지의 리스트를 포함할 수 있고 한 명 이상의 연락처는 소비자 유저의 북마크에 대한 액세스를 허여받을 수 있다.

[0263] 아이템 및/또는 브랜드 데이터 오브젝트 표현의 경우, 소비자 유저는 코멘트를 제공할 수 있고, 리뷰를 작성할 수 있고 및/또는 아이템 또는 브랜드의 평점을 매길 수 있다. 브랜드 또는 아이템에 관한 한 유저로부터 다른 유저에 대한 코멘트는, 자신 또는 개인을 위해 그 아이템을 구매하기 위한 제안, 한 유저가 아이템을 좋아하거나 싫어한다는 표시, 한 유저가 다른 유저로부터 아이템을 구매하려고 한다는 표시, 등등을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 임의의 주제에 관한 것일 수 있다. 아이템/브랜드 평점 및 리뷰를 위한 다음의 속성은 소비자 유저에 의해 그의/그녀의 코멘트 및/또는 리뷰에 포함될 수 있다: 소비자 유저 이름 또는 익명의 평점, 코멘트 또는 리뷰 날짜, (예를 들면, 한 개에서 다섯 개까지 범위의 별 또는 시스템에 의해 생성되는 다른 평점 시스템 기반의) 평점, 및 코멘트 및/또는 리뷰 텍스트. 바람직한 실시예에서, 소비자 유저는 아이템 및/또는 데이터 오브젝트 표현에 대한 코멘트를 제공할 수 있고 소비자 유저의 연락처는 동일한 것을 행할 수 있다. 브랜드가 또한 아이템 및/또는 브랜드 데이터 오브젝트 표현에 대한 코멘트를 포함할 수 있다. 필터링 프로그램이 시스템 상의 개별 소비자 유저에 관련된 정보를 선택하도록 구성되기 때문에, 연락처, 팔로어, 및/또는 특정한 소비자 유저에 의해 및/또는 소비자 유저가 관심을 표현한 브랜드에 의해 팔로우되는 자에 의해 공급되는 코멘트만이, 그 아이템 및/또는 브랜드에 대한 데이터 오브젝트 표현이 그 특정한 소비자 유저의 인터페이스에서 나타날 때, 그 아이템 및/또는 브랜드에 대한 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이된다.

[0264] 또한, 상기에서 설명되는 바와 같이, 소비자 유저는 다음과 같이 데이터 오브젝트 표현과 또한 상호작용할 수 있다: 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 보는 것, 선호도를 표현하는 것, 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 및/또는 파생 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트하는 것, 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현 또는 파생 데이터 오브젝트 표현에 관한 다이얼로그에 참여하는 것, 의견을 제출하는 것, 평점을 제공하는 것, 추가적인 상세를 보기 위해 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현을 통해 클릭하는 것, 제1 브랜드 호스트 정보를 보기 위해 하나 이상의 데이터 오브젝트를 통해 클릭하는 것, 설문조사에 참여하는 것, 추가 정보를 요청하는 것, 하나 이상

의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 써드파티 소매업자/재판매업자로부터 구매하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 브랜드로부터 직접적으로 구매하는 것, 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 개인으로부터 구매하는 것, 경매에 참여하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을, 무료로, 대여하여, 판매하여, 리스하여, 및/또는 렌탈하여 제공하는 것, 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 상업적 아이템을 구매하도록 요청하는 것, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에서 디스플레이되는 단종된 상업적 아이템이 제1 브랜드 및/또는 제1 브랜드의 인가된 소매업자/재판매업자에 의해 재소개되는 것을 요청하는 것, 제1 브랜드에게, 서브셋의 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현에 관한 제품 아이디어, 개선안, 및/또는 수정안을 제안하는 것, 하나 이상의 리스트로부터 데이터 오브젝트 표현을 제거하는 것("리스트에서 제거"), 데이터 오브젝트 표현을 개인 또는 그룹과 공유하는 것, 예를 들면, 데이터 오브젝트 표현(또는 데이터 오브젝트에 대한 하이퍼링크)를 이메일로 보내는 것, 소셜 네트워킹 시스템, 등등 상의 그 데이터 오브젝트 표현에 대한 하이퍼링크를 포함하는 것, 데이터 오브젝트 표현에 "싫어요를 표시하는" 것, 예를 들면, 소비자 유저의 프로파일에서 좋아요가 표시된 데이터 오브젝트 표현의 리스트로부터 그 데이터 오브젝트 표현을 제거하는 것, "친구해제하는" 것, 예를 들면, 소비자 유저의 프로파일의 "친구"의 리스트로부터 그 데이터 오브젝트 표현을 제거하는 것, 또는 이들의 조합.

[0265] 일단 소비자 유저가 소비자 유저 프로파일 및 시스템 프로파일을 생성하면, 소비자 유저에 의해 제공되는 정보는 네트워크에 의해 포맷되어, 소비자 유저의 프로파일에 맞춤되는 소비자 유저 GUI 또는 소비자 유저 랜딩 페이지(또는 "홈 페이지")를 생성한다. 소비자 유저 GUI 랜딩 페이지의 하나의 비제한적인 예는 도 4a 내지 도 4f에서 묘사된다. GUI는, 검색 필드(402) 및 옵션적인 소비자 아바타(403)를 포함하는 헤더(401)를 포함하는데, 옵션적인 소비자 아바타(403)는 소비자 유저 GUI를, 그 아바타에 의해 표현되는 소비자에 대해 시스템에 의해 커스터마이징된 것으로서 식별한다(대안적인 실시예에서, 소비자 아바타는 유저 이름 필드(도시되지 않음)에 의해 대체될 수 있다). 일련의 데이터 오브젝트 표현이 도 4a에서 도시되며(404) 데이터 오브젝트 표현의 더 상세한 뷰가 도 4b에서 도시되는데, 그 데이터 오브젝트 표현은, 아이템 이미지(405), 타이틀(406), 가격(407), 및 해설 필드(408)를 포함하는 아이템의 선택가능한 공통의 시각적 표현을 포함하고, 해설 필드(408)는, 데이터 오브젝트 표현에서 묘사되는 아이템을 공급하는 브랜드를 포함하는 개별 소비자 유저의 연락처 또는 팔로어로부터의 코멘트(409)뿐만 아니라, 해설 필드에 코멘트를 추가하기 위해 유저에 의해 선택될 수 있는 필드(410)를 포함한다. 추가적인 아이템 데이터 오브젝트 표현이 411에서 묘사되는데, 추가적인 아이템 데이터 오브젝트 표현은, 소비자 유저가 관심을 표현한 아이템 또는 브랜드에 관련되는 프로모션 정보를 포함한다. 유저 인터페이스는 또한, 시스템 상에서 소비자 유저가 관여한 활동 및/또는 소비자 유저의 연락처 또는 팔로어의 활동에 관한 정보를 제공하는 활동 피드(412)를 포함할 수 있다. 활동 피드는 연대기적으로, 역연대기적으로, 랜덤한 순서로, 또는 소비자 유저가 정의한 순서로 디스플레이될 수 있다. 바람직한 실시예에서, 활동 피드는 역연대기적 순서로 디스플레이된다. 각각의 데이터 오브젝트 표현은 또한, 그 데이터 오브젝트에 대한 선호도(예를 들면, "좋아요"(413) 또는 "팔로우"(414))를 나타내기 위해 또는 해설 필드가 그 소비자 유저의 친구 또는 팔로어에 의해 추가되지 않았다면 그 데이터 오브젝트 표현에 관한 코멘트(415)를 추가하기 위해 소비자 유저가 선택할 수 있는 아이콘(413-414)을 포함할 수 있다.

[0266] 상기에서 언급되는 바와 같이, 각각의 데이터 오브젝트 표현은 소비자 유저에 의해 선택될 수 있고 시스템은 그 데이터 오브젝트에 관련되는 추가적인 정보를 디스플레이한다. 데이터 오브젝트 표현의 더 상세한 뷰의 예가 도 4c에서 도시된다. 상세한 뷰는 하나 이상의 아이템 이미지(들), 아이템 타이틀, 아이템 가격, 아이템의 상세한 설명, 구매 옵션, 및 해설 필드를 포함하는데, 해설 필드는, 데이터 오브젝트에서 묘사되는 아이템을 공급하는 브랜드를 포함하는 개별 소비자 유저의 연락처로부터의 코멘트뿐만 아니라, 해설 필드에 코멘트를 추가하기 위해 유저에 의해 선택될 수 있는 필드를 포함한다.

[0267] 도 4d는, 소비자 유저가 시스템에서 생성한 하나 이상의 리스트에 관한 더 많은 상세를 제공하기 위해 (예를 들면, 소비자 유저 아이콘 또는 유저 이름 하의 드랍다운 메뉴(도시되지 않음)를 통해) 소비자 유저가 랜딩 페이지를 통해 액세스할 수 있는 화면의 하나의 실시예를 예시한다. 각각의 리스트는 데이터 오브젝트 표현(416)에 의해 표현되고, 그 데이터 오브젝트 표현은 그 리스트에 대한 이름(417) 및 옵션적으로 그 리스트에 포함되는 아이템의 하나 이상의 이미지(418)를 포함할 수 있다. 랜딩 페이지를 통해 소비자 유저가 액세스할 수 있는 다른 화면은, 시스템 상에서 소비자 유저가 팔로우하는 하나 이상의 개인 및/또는 브랜드 및/또는 시스템 상에서 소비자 유저를 팔로우하는 하나 이상의 개인 및/또는 브랜드에 관한 더 많은 상세를 포함하는 도 4e에서 도시된다. 각각의 개인 또는 브랜드는 데이터 오브젝트 표현(419)에 의해 표현되고 데이터 오브젝트 표현은 개인 또는 브랜드 이름(420) 및 옵션적으로 아바타(421) 또는 브랜드 로고 또는 상표(422)를 포함할 수 있다. 또한,

소비자 유저는 또한, 시스템 상에서 소비자 유저가 팔로우하는 개인 및/또는 브랜드의 그룹 및/또는 시스템 상에서 소비자 유저가 팔로우하는 한 명 이상의 개인 및/또는 하나 이상의 브랜드에 관한 더 많은 상세를 포함하는 랜딩 페이지를 통해 스크린에 액세스할 수 있다(도 4f). 개인 또는 브랜드의 각각의 그룹은 데이터 오브젝트 표현(423)에 의해 표현되며 데이터 오브젝트 표현은 그룹 이름(424) 및, 옵션적으로, 하나 이상의 아바타(425) 또는 브랜드 로고 또는 상표(426)를 포함할 수 있다.

[0268] 상기에서 언급되는 바와 같이, 소비자 유저는, 예를 들면, 아이템 또는 브랜드를 연락처 또는 팔로어와 공유하는 것에 의해, 데이터 오브젝트 표현에 추가하고 및/또는 코멘트하는 것에 의해, 등등에 의해, 시스템 상의 한 명 이상의 연락처와 상호작용할 수 있다. 하나의 특정한 실시예에서, 소비자 유저는 또한, 소비자 유저가 관심이 있는 하나 이상의 아이템 또는 브랜드 데이터 오브젝트 표현에 관해 한 명 이상의 연락처 또는 팔로어에게 코멘트를 요청하기 위해, 시스템을 사용할 수 있다. 예를 들면, 소비자 유저가 둘 이상의 아이템의 구매를 고려하고 있으면, 그/그녀는 시스템을 통해 이들 아이템 페이지를 한 명 이상의 연락처 또는 팔로어와 공유할 수 있고 이들 연락처 또는 팔로어에게, 그/그녀가 구매해야 하는 아이템 또는 브랜드에 대해 투표하거나 또는 다르게는 코멘트할 것을 요청할 수 있다. 하나의 실시예에서, 시스템은, 시스템을 통해 소비자 유저로부터 한 명 이상의 연락처 또는 팔로어에게 전송될 수 있는 투표 메커니즘을 제공하고, 투표 메커니즘은 한 명 이상의 연락처 또는 팔로어가, 소비자 유저가 어떤 아이템을 구매해야 하는지 또는 소비자 유저가 구매해야 하는 브랜드의 아이템을 나타내는 것을 가능하게 한다. 또한, 투표 메커니즘은 또한, 한 명 이상의 연락처 또는 팔로어가 아이템 제공에 관해 코멘트하는 것을 허용하는 필드를 포함한다.

[0269] 마찬가지로, 시스템은, 그리드, 리스트, 슬라이드 쇼, 및/또는 캐러셀(carousel) 포맷을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 다양한 포맷으로 아이템/브랜드를 디스플레이하고, 시스템은 소비자 유저가 디스플레이에서 아이템/브랜드에 페이지를 매기는 것을 허용한다. 시스템은 아이템의 총 수를 디스플레이할 수 있고 및/또는 소비자 유저는 주어진 페이지 상에서 보일 수 있는 아이템의 수를 명시할 수 있다. 시스템은 특색있는(featured) 및/또는 미출시 아이템을, 다른 아이템과는 디스플레이된 포맷에서 시각적으로 구별가능한 방식으로 디스플레이할 수 있다. 슬라이드 쇼 및/또는 캐러셀 포맷에서, 소비자 유저는 슬라이드 쇼를 전체 또는 부분 화면 모드에서 볼 수 있다. 디스플레이 포맷 중 임의의 것은, 선택된 뷰로부터 아이템 상세 페이지로 내비게이팅하는 피쳐 뿐만 아니라, 나중의 시간에 상세히 볼 아이템의 편집된 리스트를 생성하기 위해 아이템을 북마크하는 피쳐를 포함한다. 또한, 슬라이드 쇼 및/또는 캐러셀 포맷은, 소비자 유저가 슬라이드 쇼의 시작 및 끝으로 진행하는 것, 슬라이드 쇼에서 하나의 아이템 페이지 앞으로 그리고 뒤로 이동하는 것, 슬라이드 쇼를 연속적으로 플레이하는 것 및/또는 일시중지하는 것을 가능하게 하는 내비게이션 제어부를 포함한다. 디스플레이 포맷 중 임의의 것은, 소비자 유저가 그/그녀의 커서/마우스를 아이템 위에서 이동시킬 때, 아이템 이미지 위에 퀵 뷰(Quick View) 버튼을 또한 제공할 수 있다. 퀵 뷰는, 아이템 상세의 간략화된 리스트를 포함하는 팝업 서브디스플레이를 디스플레이할 수 있고 퀵 뷰는 또한 소비자 유저가 퀵 뷰로부터 풀 아이템 디스플레이 페이지(full item display page)로 내비게이팅하는 것을 가능하게 한다.

[0270] 또한, 본원에서 설명되는 랜딩 페이지 중 임의의 것은, 연락처, 팔로어, 유명 인사, 주제 전문가(subject matter expert), 및 비평가를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 시스템의 추가적인 소비자 유저에 관한 정보의 샘플링을 디스플레이할 수 있다. 하나의 실시예에서, 소비자 유저는, 시스템이 랜딩 페이지 상에 디스플레이하는 추가적인 소비자 유저의 카테고리를 선택할 수 있다. 또한, 소비자 유저는, 그/그녀가 랜딩 페이지 상에서 디스플레이되기를 원하는 특정한 추가적인 소비자 유저, 예를 들면, 소정의 특정한 연락처, 팔로어, 유명 인사, 주제 전문가, 및/또는 비평가, 또는 연락처, 팔로어, 유명 인사, 및/또는 비평가의 엄선된 그룹을 식별할 수 있다. 대안적으로, 시스템은, 예를 들면, 소비자 유저로부터의 지시가 없을 때, 랜딩 페이지 상에 디스플레이될 수 있는 추가적인 소비자 유저를 랜덤하게 선택할 수 있다. 예를 들면, 시스템은 소비자 유저의 연락처 데이터 테이블로부터 연락처 또는 팔로어에 관한 정보를 랜덤하게 디스플레이할 수 있고, 시스템은 랜딩 페이지 상에서 연락처 데이터 테이블로부터의 연락처에 관한 정보의 디스플레이를 주기적으로 회전시킬 수 있는데, 예를 들면, 변경은, 소비자 유저가 시스템에 로그인할 때마다, 매일, 매주, 매달, 등등에서 시스템에 의해 구현될 수 있다. 마찬가지로, 시스템은, 유명 인사, 주제 전문가, 및/또는 비평가, 예를 들면, 소비자 유저에 의해 그/그녀의 선호도에서 식별되는 소정의 아이템 및/또는 브랜드를 식별한 유명 인사, 주제 전문가, 및/또는 비평가에 관한 정보를 랜덤하게 디스플레이할 수 있다. 시스템은, 랜딩 페이지 상에서 유명 인사 및/또는 비평가에 관한 정보의 디스플레이를 주기적으로 회전시킬 수 있다. 예를 들면, 변경은, 소비자 유저가 시스템에 로그인할 때마다, 매일, 매주, 매달, 등등에서 시스템에 의해 구현될 수 있다.

[0271] 시스템은 하나 이상의 시스템 기준에 기초하여 특색있는 아이템의 콜렉션을 디스플레이할 수 있다. 예를 들면,

시스템은, 예를 들면, 아이템 페이지 열람의 수, 시스템 소비자 유저에 의해 아이템 페이지가 선호되는 아이템 리스트(예를 들면, 즐겨찾기, 위치, 감시, 및/또는 선물 리스트)에 추가된 횟수, 시스템 소비자 유저에 의해 북마크된 아이템 페이지의 수, 및/또는 아이템에 대한 소비자 유저 평점으로부터 선택되는 기준의 조합에 의해 평점이 매겨지는, 시스템 소비자 유저가 가장 많이 본/검색한 아이템의 콜렉션을 디스플레이할 수 있다. 시스템은 또한, 시스템 소비자 유저에 의해 제공되는 최고 평점을 갖는 아이템의 콜렉션을 디스플레이할 수 있다. 또한, 시스템은, 소비자 유저의 프로파일에 기초하여 소비자 유저에 의해 추천되는 아이템의 콜렉션을 디스플레이할 수 있다. 소비자 유저는, 다음의 기준: 브랜드, 가격, 평균 리뷰, 검색 기준에 대한 타당성, 출시일자, 등등 중 하나 이상에 기초하여, 오름차순 또는 내림차순으로, 이들 아이템 콜렉션의 결과를 필터링할 수 있고, 소비자 유저는, 콜렉션 또는 콜렉션의 필터링된 뷰를, 그리드, 리스트, 캐러셀, 또는 슬라이드 쇼 표시 뷰에서 디스플레이할 수 있다.

[0272] 시스템은 또한 시스템 상에서 이용가능한 모든 브랜드의 리스트를 디스플레이할 수 있다. 데이터 테이블은 알파벳순으로 및/또는 관심 분야 카테고리/서브카테고리에 의해 편제될 수 있다. 소비자 유저는 모든 브랜드 데이터 테이블에서 브랜드 및 아이템의 키워드 검색을 수행할 수 있고 소비자 유저는 브랜드 데이터 테이블 및/또는 키워드 검색의 결과를 다음의 기준: 아이템/브랜드 카테고리, 시간, 가격, 평균 고객 리뷰, 타당성, 출시일자, 등등에 기초하여 필터링할 수 있다. 소비자 유저는 모든 브랜드 데이터 테이블 또는 데이터 테이블의 필터링된 뷰를, 그리드, 리스트, 캐러셀, 또는 슬라이드 쇼 표시 뷰에서 디스플레이할 수 있다.

[0273] 시스템은, 소비자 유저가, 키워드 검색을 사용하여, 아이템/브랜드 페이지 및 모든 관련된 컨텐츠를 포함하는 사이트를 검색하는 것을 허용한다. 시스템은 다음의 기준: 브랜드, 아이템, 기사, 리뷰, 블로그, 등등에 의해 검색 결과를 분리할 수 있다. 각각의 컨텐츠 타입에 대해, 그 타입에 대한 검색 결과의 수가 디스플레이되고 각각의 컨텐츠 타입에 대한 검색 결과는 리스트 포맷으로 디스플레이된다. 브랜드 검색 결과의 디스플레이는, 다른 정보 중에서도, 브랜드 로고의 픽쳐, 브랜드 이름, 및 브랜드의 설명을 포함할 수 있다. 소비자 유저는, 브랜드 로고 또는 브랜드의 이름을 클릭하는 것에 의해, 브랜드의 페이지를 볼 수 있다. 아이템 검색 결과의 디스플레이는 다음의 속성 중 하나 이상을 포함할 수 있다: 하나 이상의 아이템 이미지, 아이템 이름, 아이템의 설명, 가격, 평균 아이템 평점, 및 평점의 수. 소비자 유저는, 아이템 픽쳐 또는 아이템 이름 중 어느 하나를 클릭하는 것에 의해, 아이템에 대한 아이템 상세 페이지를 볼 수 있다. 기사 내에서의 검색의 결과의 디스플레이는, 제공되는 경우, 저자의 픽쳐, 저자 이름, 기사의 타이틀, 기사가 작성된 날짜, 및 기사에 대한 소개를 포함할 수 있다. 소비자 유저는, 기사의 타이틀을 클릭하는 것에 의해 전체 기사를 볼 수 있다. 아이템 리뷰 내에서의 검색의 결과의 디스플레이는, 리뷰되고 있는 아이템의 픽쳐, 아이템의 이름, 리뷰어의 이름 또는 별명, 리뷰가 작성된 날짜, 및 리뷰에 대한 소개를 포함할 수 있다. 소비자 유저는, 리뷰의 타이틀을 클릭하는 것에 의해 전체 리뷰를 볼 수 있다. 블로그 내에서의 검색의 결과의 디스플레이는, 블로거의 픽쳐 또는 아바타, 블로거의 이름 또는 별명, 블로그가 작성된 날짜, 블로그 타이틀, 및 블로그에 대한 소개를 포함할 수 있다. 소비자 유저는 블로그의 타이틀을 클릭하는 것에 의해 전체 블로그를 볼 수 있다.

[0274] 시스템은 아이템 및/또는 브랜드에 대한 신규의 정보 및/또는 신규의 아이템/브랜드에 관한 소비자 유저 통지를 전송하도록 구성되고 소비자 유저는 다양한 방법 중 임의의 것을 통해 이러한 통지를 수신할 수 있다. 하나의 실시예에서, 이러한 통지는, 파생 데이터 오브젝트를 비롯한, 아이템 또는 브랜드 데이터 오브젝트에 대한 수정이며, 이들 수정된 데이터 오브젝트 표현은, 상기에서 설명되는 바와 같이, 역연대기적 순서로 소비자 유저 GUI에서 디스플레이된다. 또한 또는 대안적으로, 시스템은 또한, 이메일, 텍스트 메시징 및/또는 사적 메시징에 의해 소비자 유저에게 통지할 수 있다. 시스템은 또한, 소셜 네트워킹 사이트, 예를 들면, 페이스북, 트위터, 프렌즈터, 마이스페이스, 등등에서 소비자 유저에게 통지를 전송할 수 있다. 추가적인 시스템 소비자 유저 또는 브랜드는 소비자 유저에게 다양한 통지를 전송할 수 있는데, 다음을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다: (a) 시스템의 소비자 유저는, 추가적인 소비자 유저에게, 아이템, 관심 분야 카테고리, 브랜드, 브랜드 카테고리, 등등에 관한 메시지를 전송할 수 있다; (b) 브랜드는, 소비자 유저에게, 아이템, 브랜드, 관심 분야 카테고리, 등등에 관련되는 신규의 정보에 관한 메시지를 전송할 수 있고, 및/또는 브랜드는, 소비자 유저에게, 이용가능한 아이템의 카테고리 및/또는 신규의 아이템에 관한 메시지를 전송할 수 있다(바람직한 실시예에서, 브랜드에게 개별 소비자 유저의 연락처 정보에 대한 액세스를 제공하는 대신, 브랜드는, 시스템에게, 브랜드 또는 브랜드 아이템에 대한 선호도를 표현한 소비자 유저의 그룹을 전송할 것을 지시할 수 있다); (c) 소비자 유저가 친구 초대를 수신할 수 있다; (d) 소비자 유저가, 다른 소비자 유저 및/또는 브랜드가 그 소비자 유저를 팔로우할 것을 택했다는 통지를 수신할 수 있다; (e) 소비자 유저가, 친구의 또는 팔로우의 임박한 생일, 기념일, 또는 등등에 관한 통지를 수신할 수 있다; (f) 소비자 유저가, 시스템에 참여하라는 및/또는 브랜드 또는 아이템 클럽에 참여하라는 초대를 수신할 수 있다; (g) 브랜드가 추가적인 소비자 유저의 선호되는 브랜드 데이

터 테이블, 예를 들면, 소비자 유저의 친구 또는 팔로어에 추가되었다는 통지를 소비자 유저가 수신할 수 있다; (h) 아이템 카테고리가 친구의 또는 팔로어의 선호되는 아이템 데이터 테이블에 추가되었다는 통지를 소비자 유저가 수신할 수 있다; (i) 아이템이 친구의 또는 팔로어의 선호되는 아이템 데이터 테이블에 추가되었다는 통지를 소비자 유저가 수신할 수 있다; (j) 아이템이 친구의 또는 팔로어의 위시, 감시, 및/또는 선물 리스트에 추가되었다는 통지를 소비자 유저가 수신할 수 있다; (k) 친구 또는 팔로어가 코멘트를 했다는, 아이템 리뷰 및/또는 블로그 엔트리를 게시했다는, 및/또는 아이템 및/또는 브랜드를 제안했다는 통지를 소비자 유저가 수신할 수 있다. 또한, 소비자 유저는: (a) 특정한 소비자 유저로부터 수신된 것; (b) 특정한 브랜드로부터 수신된 것; (c) 날짜; 및 (d) 소비자 유저의 선호되는 아이템/브랜드 데이터 테이블의 특정한 아이템/브랜드에 관한 것을, 오름차순 또는 내림차순으로, 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는, 그들이 수신한 통지를 다양한 방식으로 필터링할 수 있다.

[0275] 상기에서 설명되는 컴포넌트는 유저 인터페이스에서 다양한 방식으로 편제되고 묘사될 수 있지만, 그러나 이러한 변형예는 본 발명의 전체 범위 내에 있다는 것이 이해될 것이다. 또한, 다양한 추가적인 피쳐, 예를 들면, 광고물(advertising material), 특색있는 아이템, 브랜드, 추가적인 소비자 유저, 소비자 유저의 프로파일에 대한 추가적인 링크, 하나 이상의 소비자 데이터 테이블, 추가적인 시스템 브라우징 피쳐, 등등이 홈페이지에 포함될 수 있고, 이러한 추가적인 피쳐는 본 발명의 전체 범위 내에 있다.

[0276] 브랜드 프로파일 & 인터페이스

[0277] 브랜드는 또한, 브랜드 프로파일의 인가된 브랜드 유저의 리스트뿐만 아니라, 브랜드의 이름, 연락처 정보, 웹사이트 및 그에 대한 링크, 및 패스워드를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 브랜드 정보를 포함하는 시스템 프로파일을 생성한다. 브랜드는 한 명 이상의 브랜드 매니저 또는 유저(본원에서는 "브랜드 유저"로 칭함), 예를 들면, 브랜드 프로파일 또는 그 컴포넌트에 액세스하도록 및/또는 예를 들면, 브랜드 프로파일 또는 그 컴포넌트를 수정하도록 인가되는 개인 또는 개인의 그룹을 지정할 수 있고, 브랜드 프로파일은 또한 연락처 정보, 예를 들면, 각각의 브랜드 유저에 대한 이름 및 이메일, 및 패스워드를 포함할 것이다. 브랜드는 또한, 검증가능한 자격 정보 중 하나 이상이 시스템에 대한 로그인에서 제공되지 않으면, 브랜드 또는 브랜드 유저를 식별하기 위해 사용되는 브랜드 식별용 키 또는 패스워드(brand identifying key or password)를 포함할 수 있다.

[0278] 도 5a에서 도시되는 바와 같이, 하나의 실시예에서, 브랜드는, 지정된 브랜드 이름, 웹사이트 URL, 및 옵션적으로 하나 이상의 브랜드 로그 또는 상표 및 아이템 리스트를 사용하여, 시스템 상에서 프로파일을 확립한다. 하나 이상의 리스트를 생성하는 소비자 유저의 능력과 아주 유사하게, 브랜드는 또한 자신의 아이템을 브랜드에 의해 그룹화되는 하나 이상의 리스트, 예를 들면, 현재의, 단종된, 신규, 판매, 및 미래의 아이템 리스트로 편제할 수 있다. 옵션적으로, 브랜드는, 각각의 관심 분야 카테고리에 대한 설명을 포함하는, 하나 이상의 브랜드 관심 분야 카테고리(도시되지 않음)를 생성할 수 있거나, 또는 대안적인 또는 추가적인 실시예에서, 브랜드는, 시스템 상에 브랜드 아이템을 나열하기 위해 시스템에 의해 생성되는 하나 이상의 브랜드 아이템 카테고리를 채택할 수 있다. 각각의 아이템에 대해, 브랜드는, 도 5b에서 도시되는 바와 같이, 상기에서 설명되는 아이템 또는 브랜드의 공통의 시각적 표현을 포함하는 데이터 오브젝트를 생성할 수 있다. 데이터 오브젝트 표현은 다음 중 하나 이상을 포함한다: 아이템 이름(501), 설명(502), 이미지(503), 옵션적인 추가 미디어(504), 예를 들면, 비디오, 추가적인 이미지, 지원 다큐먼트, 등등, 아이템이 포함되는 관심 분야 카테고리 리스트(505), 구매 옵션(507)에 대한 하나 이상의 링크, 및 아이템을 공급하는 브랜드(또는 인가된 소매업자 또는 재판매업자)에 대한 웹사이트 URL(508). 바람직하게는, 시스템 상의 각각의 데이터 오브젝트는, 원천과는 무관하게, 아이템 이미지, 아이템 이름, 아이템 가격, 및 해설 필드(도시되지 않음; 해설 필드는, 일단 데이터 오브젝트가 브랜드에 의해 생성되면, 시스템에 의해 데이터 오브젝트 안으로 자동적으로 통합되는 것이 바람직하다)를 포함한다. 소비자 유저에 의해 선택되면, 데이터 오브젝트 표현은, 아이템에 관한 추가적인 정보, 예를 들면, 아이템의 보다 상세한 설명, 추가적인 미디어, 구매 옵션, 브랜드에 대한 웹사이트 URL, 아이템 평점, 등등을 디스플레이할 것이다. 아이템 데이터 오브젝트에 포함될 수 있는 아이템 정보는 다음을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다: 아이템 식별자, 옵션적인 SKU 및 또는 고객 식별자, 아이템의 설명, 아이템 이미지, 아이템 미디어(예를 들면, 아이템 고유의 비디오 및 오디오 파일뿐만 아니라 인쇄 매체), 소매 가격, 선적 및 핸들링 정보, 판매, 쿠폰 등등, 광고물, 아이템 리뷰 및/또는 평점, 토론 포럼, 아이템 관련 뉴스 및 이벤트, 사용 및/또는 조립 설명서, 브랜드 및/또는 연관된 브랜드에 의해 공급되는 연관된/관련된 아이템 및/또는 액세서리, 아이템 통계치, 인가된 소매업자 및/또는 재판매업자에 대한 아이덴티티 및 연락처 정보, 주어진 아이템 또는 브랜드에 대한 인가된 서비스 공급자(예를 들면, 아이템 조립 또는 애프터마켓 디테일링(after-market detailing)을

위한), 등등, 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 예를 들면, 아이템 삽입, 명세(specification), 매뉴얼, 설명서, 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 토론 포럼에 대한 링크, 등등, 제조업체에 의해 제공되는 가격, 쿠폰 또는 할인을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 구매 정보, 인가된 소매업자 및/또는 도매업자(wholesaler), 선적 및 핸들링 정보, 인가된 소매업자, 도매업자, 및/또는 분배자에 대한 아이덴티티 및 연락처 정보, 보증 정보(warrantee information), 등등. 특정한 실시예에서, 주어진 아이템에 대한 상기에서 나열되는 정보 중 일부는, 브랜드 또는 아이템 클럽(본원에서 더 상세히 설명됨)의 멤버만이 이용가능할 수도 있다. 예를 들면, 소정의 프로모션 기회, 예를 들면, 쿠폰, 할인, 등등은 아이템 및/또는 브랜드 클럽 멤버만이 액세스할 수도 있거나 또는 그 멤버에게만 주어질 수도 있다.

[0279] 소정 타입의 특수 아이템/브랜드는, 인가된 소매업자/재판매업자/서비스 공급자에 관련되는 지리적 특정 정보, 선적 제한, 계절적 이용가능성 또는 다른 가용성 제한 또는 제약(예를 들면, 백오더), 및 제안된 저장 및 핸들링 정보를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 추가 정보의 포함을 보증할 수도 있다. 예를 들면, 상하기 쉬운 음식, 예를 들면, 농산물을 공급하는 브랜드의 경우, 브랜드는, 특정한 지리적 위치에서의 주어진 아이템 또는 아이템의 그룹에 대한 계절적 가용성, 주어진 도시, 주(state), 등등에서의 특정한 인가된 소매업자/재판매업자, 뿐만 아니라, 적용할 수도 있는 임의의 선적 제약 및 안전한 핸들링 정보에 관련되는 정보를 포함할 수 있다. 소유자의 라이센스 또는 허가를 필요로 하는 아이템을 공급하는 브랜드의 경우, 브랜드는 또한, 소비자 유저가 적절한 라이센스를 어디에서 및/또는 어떻게 획득할 수 있는지에 관련되는 정보를 포함할 수 있고, 이 정보는 지리적 위치마다 상이할 수 있다. 브랜드는 또한 하나 이상의 라이센스 발급 기관의 웹사이트에 대한 리스트 및/또는 하이퍼링크를 포함할 수 있다. 이 실시예에서, 시스템은, 브랜드가 소비자 유저의 라이센스, 나이, 등등을 검증하는 것을 허용하는 메커니즘을 포함할 수 있는데, 예를 들면, 라이센스 및/또는 나이 제약을 필요로 하는 아이템에 대해 재촉받는 경우, 소비자 유저는 그/그녀의 라이센스 식별 번호, 나이, 등등을 제공할 수 있고, 시스템은 라이센스의 유효성 및/또는 소비자 유저가 적절한 나이를 나타내었다는 것을 검증할 수 있다.

[0280] 바람직한 실시예에서, 상업적 아이템에 관련되는 데이터 오브젝트는, 하나 이상의 상업적 아이템 상표, 상업적 아이템 설명 정보, 상업적 아이템 미디어, 상업적 아이템 구매 정보, 상업적 아이템 소매 정보, 상업적 아이템 프로모션 정보, 관련된 제1 브랜드 제품, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있다. 상업적 아이템 설명 정보는, 아이템 이미지, 하나 이상의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 상업적 아이템 리뷰, 상업적 아이템 평점, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있고; 상업적 아이템 미디어는, 상업적 아이템 고유의 비디오 파일, 상업적 아이템 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함할 수도 있고; 상업적 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함한다.

[0281] 추가적으로 또는 대안적으로, 상기에서 설명되는 바와 같이, 시스템의 소비자 유저는, 예를 들면, 도 5b에서 예시되는 그리고 상기에서 설명되는 프로세스를 사용하여, 아이템 데이터 오브젝트를 생성할 수 있다.

[0282] 브랜드는 또한 도 5c에서 도시되는 바와 같은 브랜드 데이터 오브젝트를 생성할 수 있는데, 브랜드 데이터 오브젝트는 브랜드 이름(509), 브랜드 설명(510), 브랜드 로고 또는 상표(511), 추가적인 브랜드 미디어(512), 아이템 리스트(513), 구매 옵션 링크(514), 및 웹사이트 URL(515)를 포함한다. 브랜드 데이터 오브젝트는 또한, 그 브랜드와 관련되는 하나 이상의 관심 분야 카테고리(도시되지 않음)를 포함할 수 있다. 아이템 데이터 오브젝트는 뷰어에게 단일의 아이템에 관한 정보를 제공하도록 설계되고, 반면 브랜드 데이터 오브젝트는 뷰어에게 브랜드에 관한 일반적인 정보, 예를 들면, 브랜드가 제공하는 아이템 또는 서비스의 타입, 브랜드의 로고 또는 상표, 브랜드의 아이템을 구매할 수 있는 곳, 등등을 제공하도록 설계되는 점에서, 브랜드 데이터 오브젝트의 목적은 아이템 데이터 오브젝트의 것과는 다르다. 브랜드 데이터 오브젝트는, 예를 들면, 시스템 상에서 이용가능한 브랜드의 리스트 하의 브랜드 이름 또는 브랜드 아이콘을 선택하는 것에 의해, 시스템 상의 하나 이상의 하이퍼링크를 통해 액세스될 수 있다.

[0283] 아이템 데이터 오브젝트와 아주 유사하게, 시스템 상의 각각의 브랜드 데이터 오브젝트는, 원천과는 무관하게, 이미지, 예를 들면, 브랜드 로고 또는 상표, 브랜드 이름, 및 해설 필드를 포함한다(그리고 아이템 데이터 오브젝트와 유사하게, 해설 필드는, 일단 데이터 오브젝트가 브랜드에 의해 생성되면, 시스템에 의해 데이터 오브젝트 안으로 자동적으로 통합되는 것이 바람직하다). 소비자 유저에 의해 선택되면, 브랜드 데이터 오브젝트 표현은, 브랜드에 관한 추가적인 정보, 예를 들면, 브랜드의 보다 상세한 설명, 추가적인 미디어, 구매 옵션, 브랜드에 대한 웹사이트 URL, 브랜드 평점, 등등을 디스플레이할 것이다. 브랜드 데이터 오브젝트에 포함될 수 있는 정보는 다음을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다: 브랜드 아이템의 리스트, 브랜드 미디어(예를 들면, 비디오 및 오디오 파일뿐만 아니라 인쇄 매체), 판매, 쿠폰, 등등, 광고물, 아이템 리뷰 및/또는 평점,

토론 포럼, 브랜드 관련 뉴스 및 이벤트, 관련된 브랜드(들), 브랜드 통계치, 브랜드에 대한 및/또는 인가된 소매업자 및/또는 재판매업자에 대한 아이덴티티 및 연락처 정보, 주어진 아이템 또는 브랜드에 대한 인가된 서비스 공급자, 등등, 인가된 도매업자 및/또는 분배자에 대한 아이덴티티 및 연락처 정보, 보증 정보, 등등. 특정한 실시예에서, 주어진 브랜드에 대한 상기에서 나열되는 정보 중 일부는, 브랜드 또는 아이템 클럽(본원에서 더 상세히 설명됨)의 멤버만이 이용가능할 수도 있다. 예를 들면, 소정의 프로모션 기회, 예를 들면, 쿠폰, 할인, 등등은 아이템 및/또는 브랜드 클럽 멤버만이 액세스할 수도 있거나 또는 그 멤버에게만 주어질 수도 있다.

[0284] 바람직한 실시예에서, 브랜드 데이터 오브젝트는: 하나 이상의 브랜드 상표, 하나 이상의 브랜드 로고, 하나 이상의 상업적 아이템 로고, 브랜드 설명, 브랜드와 관련되는 관심 분야 카테고리, 브랜드 미디어, 브랜드 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 프로모션 정보, 브랜드 포트폴리오 내의 정보 관련 브랜드, 관련된 브랜드 설명, 관련된 브랜드 제품, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있다. 브랜드 설명 정보는, 브랜드 이미지, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있고; 브랜드 미디어는, 브랜드 고유의 비디오 파일, 브랜드 고유의 오디오 파일, 또는 인쇄 매체를 포함할 수 있고; 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 하나 이상의 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있다.

[0285] 대안적으로 또는 추가적으로, 브랜드는, 예를 들면, 시스템 상에서 이용가능한 브랜드의 리스트 하의 브랜드 이름 또는 브랜드 아이콘을 선택하는 것에 의해, 하나 이상의 하이퍼링크를 통해 시스템 상에서 직접적으로 이용가능한 독립형 브랜드 페이지를 생성하는 옵션을 갖는다. 브랜드 페이지는, 옵션적으로, 브랜드 배너, 브랜드 설명, 브랜드 미디어(비디오 파일 및 픽쳐뿐만 아니라 오디오 파일, 보도 자료(press releases), 등등을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않음), 특색있는 아이템 카테고리, 특색있는 아이템, 아이템 리스트, 및 브랜드를 좋아하는 한 명 이상의 개인의 아바타, 예를 들면, 유명 인사 추천(celebrity endorsement) 또는 관련 분야의 주제 전문가를 포함한다. 브랜드 페이지는 또한, 하나 이상의 브랜드 상표 또는 서비스 마크의 리스트, 브랜드 소매 정보, 브랜드 아이템 분배자, 브랜드 설명, 브랜드 미디어, 브랜드 아이템, 브랜드 포트폴리오, 등등을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 추가적인 정보를 포함하도록 커스터마이징될 수 있다. 브랜드 페이지는, 시스템 프로파일을 갖는 또는 그렇지 않은 시스템의 임의의 소비자 유저가 볼 수 있거나, 또는 브랜드 페이지는, 브랜드 또는 브랜드 아이템을 팔로우하는 시스템의 소비자 유저만이 볼 수 있도록 구성될 수 있다.

[0286] 브랜드는 기업 브랜드(corporate brand), 엄브렐라 브랜드(umbrella brand), 패밀리 브랜드, 및 이들의 조합일 수 있는데, 이 경우, 브랜드는 하나 이상의 관련된 브랜드(대안적으로 본원에서 "브랜드 어쏘시에이츠(brand associates)"로 칭해짐), 예를 들면, 보증 브랜드(endorsed brand), 서브브랜드, 개별 아이템 브랜드, 및 이들의 조합일 수 있다. 따라서, 브랜드 페이지는 하나 이상의 브랜드 어쏘시에이츠에 관한 추가적인 정보를 포함할 수 있다. 브랜드 설명은, 아이템 온톨로지, 목표 마켓 설명, 및 이들의 조합을 포함할 수 있지만, 그러나 이들로 제한되지는 않는다. 브랜드 정보는, 광고물, 브랜드 리뷰 및/또는 평점, 토론 포럼, 브랜드 관련 뉴스 및 이벤트, 브랜드 통계치, 인가된 소매업자 및/또는 재판매업자에 대한 아이덴티티 및 연락처 정보, (예를 들면, 아이템 조립 또는 애프터마켓 디테일링을 위한) 인가된 서비스 공급자, 등등을 더 포함할 수 있다. 브랜드는 문헌 참조물, 블로그 및/또는 토론 포럼 링크, 등등을 포함할 수 있다. 브랜드 정보는, 비디오 파일, 오디오 파일, 인쇄 매체 및 보도 자료를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 브랜드를 포함할 수 있다. 브랜드 페이지는, 예를 들면, 시스템 상에서 이용가능한 브랜드의 리스트 하의 브랜드 이름 또는 브랜드 아이콘을 선택하는 것에 의해, 시스템 상의 하나 이상의 하이퍼링크를 통해 액세스될 수 있다.

[0287] 브랜드는, 아이템 또는 브랜드이 프로모션과 관련된다는 사실을 반영하기 위한 시각적 표현의 표시자를 포함하는 아이템 또는 브랜드 데이터 오브젝트를 생성하는 것에 의해 아이템 또는 브랜드에 대한 소정의 프로모션 특전(promotional offer)을 강조하는 것을 선택할 수도 있는데, 예를 들면, 단종된 아이템의 아이템 데이터 오브젝트는, 할인되지 않는 아이템의 것과는 상이한 컬러 스킴(color scheme), 등등으로 디스플레이될 수 있다. 마찬가지로, 브랜드에 의해 최근에 생성된 신규 아이템의 데이터 오브젝트 표현은, 이들 데이터 오브젝트 표현을, 시스템 상의 다른 데이터 오브젝트 표현과 구별하는 컬러 스킴을 포함할 수 있다. 아이템이 미래에 할인될 경우, 브랜드는 데이터 오브젝트 표현에 코멘트를 추가할 수 있고 및/또는 그 아이템에 관심이 있는 소비자 유저에게 그 아이템이 곧 할인될 것이다는 것을 통지하도록 데이터 오브젝트 컨텐츠를 수정할 수 있다. 할인된 또는 판매 아이템의 데이터 오브젝트 표현은 또한, 그 할인 또는 판매에 대해 남아 있는 시간 및/또는 수량을 나타내도록 설계된 아이콘을 포함할 수 있는데, 예를 들면, 그 할인 또는 판매에 대한 남아 있는 시간을 카운트다운하는 및/또는 그 할인된 가격에서 이용가능한 아이템의 수량을 카운트다운하는 클록 또는 시계가 데이터 오브

젝트 상에 나타난다. 대안적인 또는 추가적인 실시예에서, 브랜드는 또한, 하나 이상의 아이템 카테고리, 예를 들면, 프로모션 아이템, 단종된 아이템, 신규 아이템, 판매 아이템, 및/또는 미래의 아이템에 초점을 맞춘 특수 브랜드 페이지를 생성할 수 있다.

[0288] 옵션적으로, 시스템은 브랜드가 자신의 아이템을 다양한 방식으로 프로모션하는 것을 허용한다. 예를 들면, 브랜드는, 시스템이 브랜드를 특징으로 하는 것을 허용할 것을 택할 수 있는데, 이것은 시스템에게 GUI의 특색있는 아이템 섹션에서 브랜드 광고 및/또는 아이템을 영구적으로 디스플레이할 권한을 준다. 예를 들면, 특색있는 아이템은, 그/그녀가 대응하는 관심 분야 카테고리에, 시스템에 대한 일반적인 광고에, 상기에서 설명되는 바와 같은 프로파일 셋업 프로세스에, 등등에 관심을 표현한 경우, 소비자 유저의 GUI에서 디스플레이될 수 있고, 아이템을 특색짓는 이들 방법의 각각은 동일한 또는 상이한 요금을 징수할 수도 있다. 하나의 실시예에서, 브랜드는 이 서비스에 대해 추가 요금을 지분한다. 대안적으로, 브랜드는, 시스템의 특색있는 브랜드 섹션에서 디스플레이되기 위해, 예를 들면, 클릭당 비용의 값의 관점에서 브랜드에 의해 제공되는 입찰에 기초한, 예를 들면, 경쟁 입찰 프로세스에 의해, 시스템 상의 다른 브랜드와 경쟁할 수 있다. 브랜드 또는 아이템을 특색짓기 위한 하나 이상의 메커니즘이 시스템에 의해 제공될 수 있고 각 타입의 피처링 메커니즘(featuring mechanism)과 관련되는, 피처링 메커니즘의 그룹에 대한(예를 들면, 하나의 가격에 대해 브랜드는 자신의 아이템을 다양한 방식으로 특색지을 수 있다), 또는 시스템에 의해 제공되는 모든 피처링 메커니즘에 대한(예를 들면, 하나의 가격에 대해 브랜드는 자신의 아이템을, 시스템에 의해 제공되는 모든 피처링 메커니즘을 사용하여 특색지을 수 있다) 추가적인 요금이 있을 수 있다.

[0289] 브랜드는 또한, 브랜드가 소정의 카테고리, 데이터 테이블, 및/또는 브랜드 프로파일에서 제공되는 정보의 데이터 테이블을 시스템의 소비자 유저로부터의 뷰로부터 분리하는 것을 가능하게 하는 보안 설정을 명시할 수 있다. 예를 들면, 아이템 리스트를 시스템의 소비자 유저가 볼 수 있지만, 브랜드 프로파일, 목록, 및 공급 정보는 한 명 이상의 지정된 브랜드 유저만이 이용가능할 수도 있다. 마찬가지로, 브랜드는 또한, 브랜드가 소정의 카테고리, 데이터 테이블, 및/또는 브랜드 프로파일에서 제공되는 정보의 데이터 테이블에 대한 한 명 이상의 브랜드 유저의 뷰만을 또는 한 명 이상의 브랜드 유저의 완전한 액세스를 허여하는 것을 가능하게 하는 보안 설정을 명시할 수 있다.

[0290] 시스템 상에서의 브랜드 프로파일의 생성은 도 6a에서 추가로 예시된다. 브랜드는 프로파일을 생성하고(601), 옵션적으로, 시스템의 데모를 본다(602, 603). 시스템은 사인 업 화면(605)을 제시하는데(605), 사인업 화면은, 브랜드 관리자 및/또는 인가된 브랜드 유저가, 브랜드에 관한 관련 정보, 예를 들면, 모회사 정보, 연락처 정보, 패스워드 정보, 등등을 입력하는 것을 허용한다(606). 시스템은, 개별 브랜드 데이터 테이블(608)의 집합적 브랜드 데이터 테이블(도시되지 않음)에 저장되는 브랜드 프로파일을 생성한다(607) 브랜드는, 정보, 예를 들면, 연관된 또는 관련된 브랜드(610-613), 관련된 아이템(614-615), 및 시스템의 사용을 위한, 예를 들면, 브랜드에 의한 시스템 상에서의 광고 및 마케팅을 위한 예산(budget)(616-617)을 정의하는 능력을 브랜드에 관한 프로파일에 추가할 수 있다(609). 이 정보는 브랜드 데이터 테이블의 브랜드 프로파일(618)에 저장된다.

[0291] 도 6b에서 도시되는 바와 같이, 브랜드는 또한, 브랜드 프로파일의 브랜드 정보를 편집할 수 있고(620-621), 로고, 관련된 이미지, 및 브랜드 미디어, 등등을 포함할 수 있는데(622), 이들은 브랜드 데이터 테이블에 저장된다. 브랜드는, 옵션적으로, 브랜드 정의 컨텐츠, 웹사이트, 및 미디어를 포함하도록 편집될 수 있는(626-628) 브랜드 페이지(625)를 생성할 수 있는데, 이것도 또한 브랜드 데이터 테이블(630)에 저장된다. 도 6c는, 각각의 관련된 브랜드(631)가 또한 상기에서 설명되는 바와 같이 정의될 수 있다는 것 및 관련된 브랜드 프로파일의 컨텐츠가 또한 브랜드 관리자 및/또는 인가된 브랜드 유저에 의해 조정될 수 있고 브랜드 데이터 테이블에 저장될 수 있다는 것을 나타낸다. 브랜드 관리자 및/또는 인가된 브랜드 유저는 또한, 도 6d에서 예시되는 바와 같이, 브랜드 프로파일의 한 명 이상의 추가적인 브랜드 유저의 액세스를 수정하는 능력을 갖는다. 브랜드 관리자는 각각의 인가된 브랜드 유저에 대한 연락처 정보를 입력하고, 시스템은, 브랜드 유저가 프로파일을 활성화하는 것 및 브랜드에 대한 인가된 유저로서 시스템에서 관련되는 것을 가능하게 하는 그 브랜드 유저에 대한 자격 정보를 생성한다(636-641). 각각의 인가된 브랜드 유저에 대한 아이덴티티 및 로그인 정보는 브랜드 데이터 테이블(647)에 저장된다. 또한, 각각의 브랜드 유저는, 활성화 스크린(643)을 보고 디폴트 시스템 패스워드(644)를 변경하는 것에 의해, 시스템 상에서의 그/그녀의 프로파일을 활성화한다(642). 그 정보는 브랜드 데이터 테이블의 시스템에 저장된다(645, 647).

[0292] 브랜드(및/또는 소비자 유저)는 도 6e에서 예시되는 바와 같은 아이템 데이터 오브젝트를 생성할 수 있다. 시스템은 아이템 정보에 대해 브랜드 관리자 및/또는 인가된 브랜드 유저에게 질의하고(653) 유저(브랜드에 의해 생성되는 경우 브랜드 유저 또는 소비자 유저에 의해 생성되는 경우 소비자 유저)는 아이템 정보를 편집하는데

(654-655), 아이템 정보는 브랜드 데이터 테이블(658)에 저장된다. 시스템은 브랜드가 관심 분야 카테고리 및 서브카테고리를 정의하는 것을 허용하는데(649-651), 관심 분야 카테고리 및 서브카테고리는 브랜드 데이터 테이블에 저장된다. 마찬가지로, 도 6f에서 도시되는 바와 같이, 브랜드는 시스템의 사용을 위한 예산을 정의할 수 있는데(659), 예산은 편집될 수 있고, 추가로 정의될 수 있고 브랜드 데이터 테이블에 저장될 수 있다(660-665).

[0293] 하나의 실시예에서, 브랜드 프로파일에 대해 제공되는 정보에 기초하여, 시스템은, 소비자 유저가 브랜드 아이템, 브랜드 정보, 등등을 브라우징하는 것을 허용하는 브랜드 랜딩 페이지를 구성할 것이다. 브랜드 랜딩 페이지는, 소정의 브랜드 광고, 배너, 상표, 서비스 마크, 등등을 브랜드에 의해 지정되는 방식으로 디스플레이하도록, 시스템에 의해 자동적으로 구성될 수 있거나 또는 상기에서 설명되는 바와 같이 브랜드에 의해 커스터마이징될 수 있다. 브랜드 랜딩 페이지는, 브랜드 아이템 또는 아이템 카테고리를, 랜덤하게 또는 (아이템 페이지 뷰잉, 아이템 구매, 또는 다른 아이템 분류 메커니즘에 의해 정의되는 바와 같은) 아이템 또는 카테고리 인기도에 기초하여 디스플레이할 수 있다. 브랜드 랜딩 페이지는 브랜드 클럽의 멤버만이 이용가능한 브랜드 클럽 웹사이트로의 브랜드 클럽 링크를 포함할 수 있다. 브랜드 랜딩 페이지는 또한, 소비자 유저에 의해 허용되는 경우, 자신의 브랜드 또는 브랜드 아이템을 자신의 소비자 유저 프로파일에 추가한 소비자 유저의 랜덤 샘플을 디스플레이할 수 있다. 또한, 브랜드 랜딩 페이지는 다음 중 하나 이상을 디스플레이할 수 있다: 브랜드 또는 브랜드 아이템을 자신의 즐겨찾기에 추가한 소비자 유저의 수, 브랜드를 팔로우한 소비자 유저의 수, 브랜드가 팔로우하는 소비자 유저 및/또는 다른 브랜드의 수, 자신의 가장 인기 있는 아이템의 리스트, 자신의 아이템 카테고리의 샘플, 브랜드의 웹사이트로의 하이퍼링크, 브랜드의 클럽(들)으로의 하이퍼링크, 및 브랜드에 대한 및/또는 브랜드 계열 회사(affiliate)에 대한 하나 이상의 광고. 상기에서 설명되는 컴포넌트는 브랜드 페이지에서 다양한 방식으로 편제되고 묘사될 수 있지만, 그러나 이러한 변형예는 본 발명의 전체 범위 내에 있다는 것이 이해될 것이다.

[0294] 하나의 실시예에서, 브랜드는 또한, 브랜드 클럽 멤버, 예를 들면, 브랜드에 대한 특별한 관심을, 예를 들면, 브랜드 고유의 소비자 유저 프로파일(brand-specific consumer-user profile)의 생성을 통해 표현한 시스템의 소비자 유저만이 이용가능한 프로모션 기회브랜드 및/또는 특색 있는 아이템 정보를 포함하는 브랜드 및/또는 아이템 클럽을 생성할 수 있다. 브랜드/아이템 클럽은, 브랜드/아이템 클럽 멤버만이 이용가능한 브랜드/아이템 고유의 컨텐츠, 예를 들면, 비디오, 오디오, 인쇄 매체, 토론 포럼, 등등뿐만 아니라, 아이템 출시전 발표, 특별 프로모션, 브랜드/아이템 설문조사 및 포커스 그룹에 참여하는 것에 대한 인센티브, 등등을 브랜드 클럽의 멤버에게 디스플레이할 수 있다. 예를 들면, 브랜드 클럽은, 브랜드 및/또는 관련된 아이템에 관한 보도 자료뿐만 아니라, 브랜드 및/또는 아이템에 관련되는 토론 포럼으로의 하이퍼링크를 포함할 수 있다. 여전히 또한, 브랜드는, 브랜드 및/또는 브랜드의 하나 이상의 아이템으로 식별되는 소정의 유명 인사, 비평가, 및/또는 소비자 옹호 그룹을 식별할 수 있다. 예를 들면, 브랜드가 유명 인사 추천 관계를 가지면, 브랜드는 그 유명 인사에 대한 정보 및 브랜드 페이지 상의 브랜드 및/또는 아이템의 그/그녀의 추천을 디스플레이할 수 있다. 마찬가지로, 브랜드는 소정의 개인 또는 그룹을, 브랜드, 아이템, 또는 브랜드가 알려진 아이템의 카테고리 또는 서브카테고리의 비평가로서 식별할 수 있고 브랜드는 이들 개인 또는 그룹의 아이템/브랜드 의견에 관한 정보를 제공할 수 있다. 이러한 정보는 써드파티 웹사이트로의 하이퍼링크에서 제공될 수 있거나, 또는 오디오, 비디오, 텍스트 파일뿐만 아니라, 블로그 또는 다른 토론 포럼으로의 링크로서 제공될 수 있다. 상기에서 설명되는 컴포넌트는 유저 인터페이스에서 다양한 방식으로 편제되고 묘사될 수 있지만, 그러나 이러한 변형예는 본 발명의 전체 범위 내에 있다는 것이 이해될 것이다. 또한, 다양한 추가적인 피쳐, 예를 들면, 광고물, 특색있는 아이템, 추가적인 시스템 브라우징 피쳐, 등등이 아이템 및/또는 브랜드 클럽 페이지에 포함될 수 있고, 이러한 추가적인 피쳐는 본 발명의 전체 범위 내에 있다.

[0295] 브랜드는, 예를 들면, 아이템 또는 브랜드를, 팔로어 및 브랜드가 팔로우하는 소비자 유저와 공유하는 것에 의해, 데이터 오브젝트에 추가하는 것 및/또는 코멘트하는 것에 의해, 등등에 의해, 시스템 상에서의 한 명 이상의 팔로어와 상호작용할 수 있다. 하나의 특정한 실시예에서, 브랜드는 또한, 팔로어/팔로우하는 자가 관심이 하나 이상의 아이템 또는 브랜드 데이터 오브젝트에 관해 한 명 이상의 팔로어/팔로우하는 자에게 코멘트를 요청하기 위해, 시스템을 사용할 수 있다. 예를 들면, 브랜드는, 자신의 팔로어/팔로우하는 자에게 그 아이템에 코멘트를 할 것을 또는 그 아이템의 평점을 줄 것을 요청하는 코멘트를 아이템 데이터 오브젝트에 추가할 수 있다. 브랜드는 또한, 소비자 유저에게 자신이 제공하는 관련된 아이템을 통지하기 위해 데이터 오브젝트 표현의 해설 필드를 사용할 수 있는데, 예를 들면, 소비자 유저가 브랜드 아이템을 좋아하면, 브랜드는 그 아이템이, 예를 들면, 그 브랜드에 의해 또는 관련된 브랜드에 의해 제공되는 하나 이상의 액세서리와 함께 사용될 수 있다는 것을 제안할 수 있다. 시스템은 또한, 자신의 아이템을 경쟁자 브랜드의 것과 비교하기 위해 브랜드에 의

해 사용될 수 있다. 예를 들면, 브랜드는, 경쟁자 브랜드에 관한 프로모션 데이터 오브젝트에 코멘트할 수 있거나 또는 그 프로모션 데이터 오브젝트를 생성할 수 있고, 그에 의해, 그 경쟁자 브랜드에게 응답으로 자신의 코멘트를 제출할 것을 요구하고, 뿐만 아니라 브랜드/경쟁자 브랜드의 유저에게 도전에 참여할 것을 요구하게 된다.

[0296] 바람직한 실시예에서, 프로세서는, 소비자 구매 선호도, 상호작용 데이터, 또는 이들의 조합에 기초하여, 신규 아이템 정보, 신규 브랜드 정보, 또는 이들의 조합에 관해 소비자에게 통지하도록 구성된다. 시스템은 소비자 유저에게, 상기에서 설명되는 바와 같이, 메시지를 전송할 수 있고, 및/또는 시스템은, 소비자 유저 GUI에서 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 데이터 오브젝트 표현을, 다른 데이터 오브젝트 표현에 비해 GUI의 더욱 현저한 위치에서 디스플레이할 수 있다. 예를 들면, 시스템에 의해 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 이들 데이터 오브젝트 표현은 역연대기적 순서로 디스플레이될 수 있고, 그 결과 가장 신규의 데이터 오브젝트 표현이 인터페이스의 최상부에 나타난다(이것은, 다른 데이터 오브젝트 표현에 비해, 더 새로운 데이터 오브젝트 표현이 GUI에서 어떻게 특색지어질 수 있는지의 하나의 실시예이며 그것은 제한적인 실시예인 것으로 의도되지 않는다). 신규 아이템 정보는, 시스템 상에 제공되는 신규 아이템 및 그 신규 아이템 제공에 관련되는 정보; 시스템 상에서 제공되는 현존하는 아이템에 관한 신규 정보(예를 들면, 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되었을 수도 있는 데이터 오브젝트에 의해 표현되는 아이템이지만, 그러나 소비자 유저에게 이전에 디스플레이되지 않은 그 아이템에 관한 신규 정보); 소비자 구매 선호도에 기초한 소비자에게 새로운 아이템 제공 및 그 소비자에게 새로운 아이템 제공에 관련되는 정보; 및 이들의 조합을 포함한다. 신규 아이템 정보는, 신규로 출시된 아이템(들)의 아이덴티티, 신규 아이템 설명 정보, 신규 아이템 미디어, 신규 구매 정보, 및 이들의 정보를 포함할 수 있다. 신규 아이템 설명 정보는, 신규의 아이템 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 아이템 액세서리 및/또는 관련 아이템, 아이템 리콜 정보, 단종된 아이템 정보, 및 이들의 조합을 포함할 수 있다. 신규 구매 정보는, 신규 아이템 가격 정보, 신규 선적 및 핸들링 정보, 새롭게 인가된 소매업자 정보, 신규의 이용가능성(예를 들면, 백오더로부터의 제거), 아이템 상표, 아이템 설명, 아이템 미디어, 신규 구매 정보, 소매 정보, 또는 이들의 조합을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다.

[0297] 마찬가지로, 시스템은 또한, 소비자 유저에게, 신규 브랜드 정보, 예를 들면, 시스템 상에서 제공되는 아이템의 신규 브랜드 및 아이템의 신규 브랜드에 관련되는 정보; 시스템 상에서 제공되는 아이템의 현존하는 브랜드에 관련되는 신규 정보; 소비자 구매 선호도에 기초한 소비자에게 새로운 아이템의 브랜드 및 소비자에게 새로운 브랜드 아이템에 관련되는 정보, 및 이들의 조합을 포함할 수 있다. 이러한 신규 브랜드 정보는, 하나 이상의 브랜드 상표에 관련되는 정보, 브랜드 설명, 브랜드 미디어, 신규 구매 정보, 소매 정보, 브랜드 아이템, 브랜드 포트폴리오, 브랜드 포트폴리오 내에서의 관련된 브랜드, 관련된 브랜드 설명, 관련된 브랜드 아이템, 및 이들의 조합을 포함할 수 있다. 브랜드 설명 정보는, 브랜드 이미지, 하나 이상의 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보, 하나 이상의 브랜드 리뷰, 브랜드 평점, 또는 이들의 조합을 포함할 수 있다. 브랜드 미디어는, 브랜드 고유의 비디오 파일, 브랜드 고유의 오디오 파일, 및 인쇄 매체를 포함한다. 브랜드 고유의 지원 다큐먼트 및 정보는 문헌 참조물, 리뷰, 블로그 링크, 보도 자료, 포럼 링크, 및 이들의 조합으로 이루어지는 그룹으로부터 선택된다.

[0298] 시스템은 또한, 소비자 유저에게 시스템을 통해 직접적인 광고 또는 프로모션 정보를 전송할 것을 브랜드에 의해 지시받을 수 있다. 이러한 직접적인 광고는 시스템에 의해 생성되는 상호작용 데이터에 의해 통지될 수 있고, 그 결과 브랜드는 이들 자료를, 브랜드 또는 그 아이템에 관심을 표현한 시스템 상의 소비자 유저에게만 보낼 수 있다. 바람직한 실시예에서, 아이템 또는 브랜드에 관한 직접적인 광고 및/또는 프로모션 정보는, 시스템에 의해 소비자 유저 GUI 상에 디스플레이되는 광고 또는 프로모션 고유의 데이터 오브젝트 표현에 의해 그 아이템 또는 브랜드에 관심을 갖는 소비자 유저로 중계된다.

[0299] 일단 브랜드 프로파일이 생성되면, 인가된 브랜드 유저에게만 디스플레이되며 시스템 상에 제공되는 아이템에 관한 상세, 브랜드 및 그것의 아이템의 팔로어, (하기에서 더 상세히 설명되는 바와 같이) 유저가 시스템 상의 브랜드와 어떻게 인터페이싱하는지에 관한 통계치, 등등을 포함하는 브랜드 유저 GUI가 시스템에 의해 디스플레이된다. 도 7a에서 도시되는 바와 같이, 브랜드 유저 GUI는, 개별 아이템(및/또는 관심) 카테고리(706)를 나타내는 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현(701-705), 브랜드에 관한 일반적인 정보 및 브랜드 아이템, 팔로어, 및 브랜드가 팔로우하는 개인에 관한 더 많은 상세로의 링크를 포함하는 GUI의 섹션(707), 브랜드 및/또는 팔로어 또는 시스템 상에서 브랜드가 팔로우하는 개인의 활동을 디스플레이하는 활동 필드(708)를 포함한다. 마지막으로, 브랜드 유저 GUI는 또한, 브랜드 아이템, 팔로어, 브랜드에 의해 팔로우되는(브랜드가 "팔로우하는") 개인, 시스템 상에서의 브랜드 통계치, 시스템 설정, 및 시스템의 로그아웃으로의 링크에 관한 더 많은 정보에 브랜드

유저가 액세스하는 것을 허용하는 선택가능한 메뉴(709)를 포함한다. 또한, 소비자 유저 GUI와 아주 유사하게, 도 7b에서 도시되는 바와 같이, 브랜드 유저 GUI는 또한 그 브랜드를 팔로우하는 개인(710)에 관한 더 많은 상세한 정보뿐만 아니라, 브랜드가 팔로우하는 개인(도시되지 않음)을 디스플레이한다.

[0300] 마케팅 분석

[0301] 시스템은, 소비자에게 그들이 좋아하는 브랜드로부터의 신규의 아이템 및 혁신안을 뒤처지지 않고 따라가는 방식을 제공하여, 소비자가 그들이 열렬해 하는 브랜드와 개인적 관계를 형성하는 것을 그리고 그들의 연락처 및 시스템 커뮤니티의 일부인 다른 열렬한 쇼핑객과 경험을 공유하는 것을 허용하게 된다. 상기에서 설명되는 바와 같이, 시스템은 다양한 브랜드에 의해 제출되는 신규 아이템을 집성하고 그들을 소비자에게 우아하고 조직적이며 매력적인 방법으로 제시한다. 소비자 유저는 신규 아이템을 쫓아가거나 또는 우연히 마주칠 필요는 없고, 대신 신규 아이템이 적시에 그들에게 푸시된다. 소비자 유저는, 그들이 무엇을 언제 구매하는지에 관해 현명한 결정을 행할 수 있도록 최신 정보를 제공받는다. 유저가 그들이 좋아하는 브랜드를 팔로우하는 것을 가능하게 하는 것 외에, 시스템은 또한 소비자가 신규 브랜드 및 아이템을 발견하는 것을 허용한다. 소비자가 본 것 또는 다르게는 관심을 표현한 것에 기초하여, 시스템은, 소비자가 친숙하지 않을 수도 있는 아이템 및 브랜드에 대한 추천을 행한다.

[0302] 또한, 시스템은, 브랜드가 현존하는 그리고 잠재적인 고객과 통신하는 메커니즘을 포함한다. 하나의 실시예에서, 브랜드는, 상기에서 설명되는 바와 같이 브랜드 관련 데이터 오브젝트 표현을 수정하는 것에 의해, 또는 푸시 통지를 통해 멤버와 및/또는 브랜드 클럽 또는 아이템 클럽의 멤버와 직접적으로 정보를 공유하는 것에 의해, 시스템 상의 소비자 유저와 통신한다. 대안적으로 또는 추가적으로, 브랜드는, 하나 이상의 구매 선호도를 통해 브랜드 또는 브랜드의 아이템에 대한 관심을 표현한 모든 소비자 유저에게, 시스템을 통한 이메일을 통해, 지향된 광고물, 아이템 또는 브랜드, 등등을 전송할 것을 시스템 관리자에게 통지할 수 있다. 아이템 출시 전 발표, 특별 프로모션, 브랜드/아이템 설문조사 및 포커스 그룹에 참여하는 것에 대한 인센티브, 등등을, 소비자의 이러한 목표로 하는 그룹에 푸시하는 능력은 브랜드에게 극히 귀중하다.

[0303] 시스템은, 브랜드가 자신의 마케팅 전략 및 소비자 도달 범위(consumer outreach)를 최적화할 수 있도록, 상호작용 데이터를 브랜드로 제공한다. 소비자 유저의 커뮤니티의 쇼핑 및 구매 습관에 대해 수집되는 데이터의 집성 및 분석은 시장 조사 데이터의 중요한 원천이다. 시스템에 의해 수집되는 데이터의 설문조사, 리포트, 분석, 데이터 마이닝 및 시각화는 브랜드에게 제공되어, 브랜드가 그들의 마케팅 전략 및 소비자 도달 범위를 최적화하는 것을 가능하게 할 수 있다. 도 1h를 참조로 상기에서 설명되는 바와 같이, 시스템은 각각의 데이터 오브젝트에 대한 상호작용 데이터를 생성하고, 그 상호작용 데이터를 데이터 오브젝트와 함께, 뿐만 아니라, 전역적 상호작용 데이터 데이터베이스에 저장한다. 상호작용 데이터는, 시스템의 소비자, 하나 이상의 관심 분야 카테고리의 소비자, 및 하나 이상의 관심 분야 카테고리의 소비자:의 수 및 아이덴티티; 시스템의 모든 소비자 유저, 하나 이상의 관심 분야 카테고리의 소비자 유저, 시스템 소비자 클릭, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 클릭, 시스템 소비자 노출, 관심 분야 카테고리마다의 시스템 소비자 노출, 평균 관심 분야 카테고리 클릭률, 관심 분야 카테고리 계절적 경향 데이터, 평균 변환율, 또는 이들의 조합:의 소비자 인구 통계를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다. 소비자 인구 통계는, 시스템 유저의 성별, 민족, 나이, 수입, 교육, 주택 소유, 위치, 고용 상태, 쇼핑 이력, 관심 분야, 및 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함한다. 하나의 실시예에서, 시스템은, 소비자 유저의 쇼핑 이력, 예를 들면, 시스템을 통해 구매한 아이템의 이력, 써드파티 쇼핑 시스템을 통해 구매한 아이템, 시스템을 통해 브라우징된 아이템, 시스템을 통해 구매한 아이템의 브랜드, 소비자 구매 선호도에서 식별되는 아이템, 써드파티 쇼핑 시스템을 통해 구매한 아이템의 브랜드, 시스템을 통한 브랜드 브라우징 이력, 소비자 구매 선호도에서 식별되는 브랜드, 또는 이들의 조합을 포함하는 상호작용 데이터를 제공한다. 개별 소비자 유저가 이러한 정보를 제공하면 그리고 이들 소비자 유저가 그 정보의 브랜드로의 보급을 허용하면, 쇼핑 이력 상호작용 데이터는 브랜드가 이용할 수 있게 만들어질 수 있다.

[0304] 다른 바람직한 실시예에서, 시스템은 데이터 오브젝트 고유의 상호작용 데이터를 생성하는데, 예를 들면, 각각의 개별 오브젝트 또는 데이터 오브젝트 및 그 파생 데이터 오브젝트에 대해, 시스템은, 그 데이터 오브젝트와 관련되는 브랜드에 액세스가능한 상호작용 데이터를 수집한다. 이 데이터 오브젝트 고유의 상호작용 데이터는, 다음의 것의 수 및 아이덴티티를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다: 그 데이터 오브젝트 표현과 상호작용하는 시스템의 소비자, 그 데이터 오브젝트 표현과 상호작용하는 하나 이상의 관심 분야 카테고리의 소비자, 그 데이터 오브젝트 표현과 상호작용하는 모든 소비자 유저의 소비자 인구 통계, 데이터 오브젝트 표현 클릭, 데이터 오브젝트 표현 노출, 데이터 오브젝트 표현 클릭률, 데이터 오브젝트 계절적 경향 데이터, 그 데이터 오브젝트에 대한 평균 변환율, 및 이들의 조합. 개별 데이터 오브젝트에 대해 수집될 수 있는 소비자 인구

통계는, 시스템 유저의 성별, 민족, 나이, 수입, 교육, 주택 소유, 위치, 고용 상태, 쇼핑 이력, 관심 분야, 및 이들의 조합에 관련되는 정보를 포함한다. 하나의 실시예에서, 시스템은, 소비자 유저의 쇼핑 이력, 예를 들면, 시스템을 통해 구매한 아이템의 이력, 써드파티 쇼핑 시스템을 통해 구매한 아이템, 시스템을 통해 브라우징된 아이템, 시스템을 통해 구매한 아이템의 브랜드, 소비자 구매 선호도에서 식별되는 아이템, 써드파티 쇼핑 시스템을 통해 구매한 아이템의 브랜드, 시스템을 통한 브랜드 브라우징 이력, 소비자 구매 선호도에서 식별되는 브랜드, 또는 이들의 조합을 포함하는 데이터 오브젝트 고유의 상호작용 데이터를 제공한다. 개별 소비자 유저가 이러한 정보를 제공하면 그리고 이들 소비자 유저가 그 정보의 브랜드로의 보급을 허용하면, 쇼핑 이력 상호작용 데이터는 브랜드가 이용할 수 있게 만들어질 수 있다.

[0305] 하나의 실시예에서, 프로세서는, 정의된 시간 간격에 걸친 상호작용 데이터에 기초하여 시스템 상의 각각의 브랜드에 대한 비교 분석을 생성하도록 구성되는 분석 프로그램을 포함한다. 비교 분석은, 시스템 상의 하나의 브랜드 대 하나 이상의 추가적인 브랜드에 대한 상기에서 설명되는 하나 이상의 상호작용 데이터 파라미터의 비교를 포함한다. 비교는 시스템 상의 모든 브랜드에 대한 것일 수 있고, 및/또는 관심 분야 카테고리 또는 서브카테고리 내의 모든 브랜드에 대한 것일 수 있다. 예를 들면, 브랜드가 신발을 판매하면, 시스템은 브랜드 자체에 대한 상호작용 데이터의 분석을 생성할 수 있지만, 그러나 시스템은 또한 브랜드와 신발을 판매하는 시스템 상의 다른 브랜드의 비교를 제공할 수 있다. 이와 관련하여, 브랜드에 대해 시스템에 의해 제공되는 상호작용 데이터는, 신발에 대한 쇼핑에 관심을 갖는 시스템 상의 소비자의 수, 신발에 관심이 있는 이들 소비자의 인구 통계, 신발 관심 분야 카테고리 내에서의 시스템 소비자 클릭, 신발 카테고리 내에서의 시스템 소비자 노출, 시스템 상의 신발을 브라우징하는 소비자에 대한 평균 클릭률, 신발 관심 분야 카테고리에 대한 계절적 경향 데이터, 신발 관심 분야 카테고리 내에서의 평균 변환율, 등등을 포함할 수 있다. 소비자 유저의 샘플링이 쇼핑 이력 정보를 제공했다면, 상호작용 데이터는, 이들 소비자 유저에 대한 시스템을 통한 신발 구매의 이력, 써드파티 쇼핑 시스템(들)을 통한 신발 구매, 시스템을 통해 브라우징된 신발, 시스템을 통해 구매한 신발 브랜드, 소비자의 구매 선호도에서 식별되는 신발, 써드파티 쇼핑 시스템을 통해 구매한 신발 브랜드, 시스템을 통한 신발 브랜드 브라우징 이력, 소비자의 구매 선호도에서 식별되는 신발 브랜드, 및 이들의 조합을 포함할 수 있다. 다른 실시예에서, 분석 프로그램은, 동일한 관심 분야 카테고리에서 그리고 옵션적으로 동일한 기준 소매 가격(price point) 범위 내에서 아이템을 판매하는 한 브랜드 대 하나 이상의 브랜드의 비교 분석을 생성할 수 있다. 이와 관련하여, 브랜드는, 자신이, 동일한 고객 기반을 갖는 브랜드에 어떻게 비교되는지를 더 잘 이해할 수 있다. 분석 프로그램은 정의된 시간 간격에 걸쳐, 예를 들면, 브랜드 또는 브랜드 비교기(다른 브랜드와 동일한 관심 분야 카테고리의 브랜드)가 시스템에 참여한 전체 시간 동안(예를 들면, 브랜드 프로파일이 생성된 날짜부터 지금까지), 브랜드 또는 브랜드 비교기가 시스템에 참여한 시간의 주어진 범위, 시스템 상에서의 소비자 로그인 날짜 이전의 정의된 년 수, 달 수, 날짜 수, 예를 들면, 시스템 상에서의 소비자 로그인 이전의 1 내지 5년, 시스템 상에서의 소비자 로그인 이전의 1 내지 6달, 등등에 걸쳐 비교 분석을 생성할 수 있다.

[0306] 분석 프로그램은 또한, 브랜드 아이템 데이터 오브젝트 표현 소비자 클릭, 브랜드 아이템 데이터 오브젝트 표현 소비자 노출, 브랜드 아이템 데이터 오브젝트 표현 클릭률(들), 브랜드 아이템 데이터 오브젝트 변환율, 브랜드 관심 분야 카테고리 소비자 클릭, 브랜드 관심 분야 카테고리 소비자 노출, 브랜드 관심 분야 카테고리 클릭률(들), 브랜드 관심 분야 카테고리 변환율, 및 이들의 조합을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는 브랜드 상호작용 데이터에 기초하여 분석을 제공할 수 있다. 하나의 실시예에서, 브랜드 상호작용 데이터는 (i) 소비자 구매 선호도에서 브랜드를 식별한 소비자; (ii) 소비자 구매 선호도에서 브랜드 관심 분야 카테고리를 식별한 소비자; (iii) 소비자 구매 선호도에서 브랜드 아이템을 식별한 소비자; (iv) 소비자 구매 선호도에서 브랜드 관심 분야 카테고리를 식별한 소비자; (v) 브랜드를 팔로우한 소비자; (vi) 브랜드 아이템을 팔로우한 소비자; (vii) 브랜드에 좋아요를 표시한 소비자; (viii) 브랜드 아이템에 좋아요를 표시한 소비자; (ix) 브랜드에 코멘트한 및/또는 평점을 매긴 소비자; (x) 브랜드 아이템에 코멘트한 및/또는 평점을 매긴 소비자; (xi) 브랜드 아이템을 하나 이상의 리스트에 추가한 소비자; 및 (xii) 이들의 조합에 대한 것이다.

[0307] 프로세서는 또한, 동일한 브랜드 및/또는 관심 분야 카테고리 및/또는 집합적 브랜드 및/또는 관심 분야 카테고리의 추가적인 브랜드와 관련하여 브랜드 랭킹 데이터를 제공할 수 있다. 따라서, 프로세서는, 예를 들면, 시스템 상에서 판매된 브랜드 아이템, 자신의 소비자 구매 선호도에서 그 브랜드를 식별한 소비자, 등등:의 수에 기초하여, 주어진 브랜드 및/또는 관심 분야 카테고리의 브랜드의 순위가 매겨진 순서의 리스트를 생성할 수 있다. 예를 들면, 프로세서는, 시스템 상의 신발 브랜드의 순위가 매겨진 순서 리스트를, 시스템 상에서의 총 신발 판매 및/또는 시스템 상에서 판매된 신발의 수의 내림차순/오름차순 순서로 생성할 수 있다. 이러한 랭킹 데이터는, 시간 간격에 대한 참조 없이 또는 명시된 시간 간격, 예를 들면, 브랜드가 시스템 상에 등록된 이후

부터, 및/또는 정의된 날짜부터 지금까지와 관련하여 브랜드에 대해 생성될 수 있다.

[0308] 프로세서는, 주어진 위치에 대한 상호작용 데이터를 다른 것과 관련하여 생성할 수 있다. 예를 들면, 소비자 유저가 자신의 지리적 위치를 제공했다면, 시스템은, 그 아이템 및/또는 브랜드에 관심을 표현한 소비자 유저가 거주하는 곳을 반영하는 국가, 군(county), 시(city), 등등의 맵을 생성할 수 있다. 브랜드는, 상호작용 데이터를 수신하기를 원하는 지리적 위치를 선택할 수 있거나 또는 시스템은 브랜드에 관심이 있는 모든 소비자 유저의 위치를 반영하는 맵을 생성할 수 있다. 맵은 또한, 지리적 위치 또는 지형마다의 그 브랜드에 대한 소비자 유저의 상대적 관심을 반영할 수 있다. 예를 들면, 맵은, 브랜드에 관심이 있는 시스템의 많은 수의 소비자 유저를 포함하는 도시를 붉게 강조할 수도 있고, 반면, 푸른 색의 도시는, 상대적으로 적은 수의 관심이 있는 소비자 유저를 나타낸다. 맵은 또한, 그 지리적 위치의 전체 인구와 관련하여, 관심이 있는 소비자 유저의 상대적인 수를 반영할 수 있다. 브랜드는, 예를 들면, 상대적으로 밀도가 높은 인구에서의 높은 수요 때문에 물리적 브랜드 상점에 의해 서비스가 잘 될 수도 있는 지리적 위치를 식별하기 위해, 이 정보를 사용할 수 있다.

[0309] 선택된 시스템 컨텐츠의 집성 & 표시

[0310] 추가적인 실시예에서, 시스템은, 소비자 유저, 브랜드, 소비자 유저의 그룹이, 시스템 상에서 이용가능한 컨텐츠, 예를 들면, 비디오, 슬라이드 쇼, 오디오, 그래픽, 인쇄 매체, 등등, 및 이들의 조합을 선택하여 시스템 상의 데이터 테이블로 집성하는 것 및 그 컨텐츠를 임의의 적절한 표시 포맷 또는 매체에서 편제하는 것, 주석을 다는 것, 및 제시하는 것, 및 그 표시를, 시스템의 추가적인 소비자 유저가 이용할 수 있게 만드는 것을 허용한다. 컨텐츠는 일반적으로 모든 시스템 소비자 유저가 이용할 수 있거나 또는 컨텐츠 또는 그 선택은 소비자 유저의 서브셋, 예를 들면, 아이템 또는 브랜드 클럽의 멤버가 이용할 수 있게 만들어질 수 있다. 개인은, 옵션적으로, 표시에 주석을 달 수 있고, 예를 들면, 글로 작성된, 오디오, 및/또는 비디오 해설을 표시의 전체 또는 일부에 추가할 수 있고, 그 표시를 시스템 상의 선택된 데이터 테이블에 저장할 수 있고, 그 표시를 시스템의 소비자 유저의 커뮤니티 또는 소비자 유저 중 선택된 유저와 공유할 수 있다.

[0311] 예를 들면, 브랜드가 특정한 관심 분야 카테고리의 아이템을 프로모션하기를 원하면, 브랜드는 그 관심 분야 카테고리 내의 아이템에 대해 시스템 상에서 이용가능한 아이템 미디어, 예를 들면, 인쇄 매체(예를 들면, 서면 자료(written materials) 및 인쇄 광고), 비디오 미디어(예를 들면, 비디오 광고(상업적), 아이템 데모, 비디오 리뷰, 등등), 오디오 미디어(예를 들면, 오디오 광고, 오디오 토론 포럼, 또는 팟캐스트), 등등을, 보충적인 글로 작성된, 시각적, 또는 청각적 해설을 갖는 또는 갖지 않는 임의의 적절한 포맷으로, 예를 들면, 텔레비전 상에서 및/또는 컴퓨터 상에서 보일 수 있는 스트리밍 비디오로 집성할 수 있고, 그 표시를, 시스템의 소비자 유저 또는 그 소비자 유저 중 선택된 유저가 이용할 수 있게 만들 수 있다. 브랜드는, 선택된 관심 분야 카테고리 내의 아이템에 대한, 아이템 카테고리 전역의 아이템에 대한 또는 모든 아이템에 대한 이러한 표시 자료의 콜렉션을 생성할 수 있고, 브랜드는 수집된 표시를 시스템 상의 하나 이상의 데이터 테이블에 저장할 수 있다. 각각의 표시는 옵션적으로 이름 및 설명에 의해 식별되고, 표시는 수정될 수 있는데, 예를 들면, 신규 아이템 또는 컨텐츠는, 작성자 또는 그 대리인에 의해, 추가될 수 있고, 업데이트될 수 있고, 및/또는 데이터 테이블로부터 제거될 수 있다. 또한, 소비자 유저는 시스템 상에서 이용가능한 아이템 및/또는 브랜드 미디어, 예를 들면, 소비자 유저가 관심을 표현한 아이템 및/또는 브랜드, 예를 들면, 인쇄 매체, 비디오 미디어, 오디오 미디어, 등등을, 글로 작성된, 시각적, 또는 청각적 해설을 갖는 또는 갖지 않는 임의의 적절한 표시 포맷으로 집성할 수 있고, 그 표시를, 시스템의 추가적인 소비자 유저 또는 그 소비자 유저 중 선택된 유저가 이용할 수 있게 만들 수 있다. 마찬가지로, 소비자 유저의 그룹 또는 소비자 옹호 그룹 또는 그 대표자는 또한, 시스템 상에서 이용가능한 아이템 및/또는 브랜드 미디어, 예를 들면, 그 그룹에 의해 리뷰된 아이템 및/또는 브랜드, 예를 들면, 인쇄 매체, 비디오 미디어, 오디오 미디어, 등등을, 글로 작성된, 시각적, 또는 청각적 해설을 갖는 또는 갖지 않는 임의의 적절한 표시 포맷으로 집성할 수 있고, 그 표시를, 시스템의 추가적인 소비자 유저 또는 그 소비자 유저 중 선택된 유저가 이용할 수 있게 만들 수 있다.

[0312] 데스크탑 및/또는 모바일 컴퓨팅 인터페이스에서의 데이터 오브젝트 표현의 표시는, 바람직하게는, 가장 최근에 업데이트된 및/또는 생성된 데이터 오브젝트 표현의 역연대기적 스트림일 수 있다. 도 10의 (a)에서 예시되는 바와 같이, 데이터 오브젝트 표현의 스트림, 도 10 (a)의 엘리먼트(A 내지 X)는, GUI에서 왼쪽에서 오른쪽으로 그리고 아래쪽으로의 연속적인 흐름으로 제공될 수 있다. 특정한 실시예에서, GUI는, 이들 데이터 오브젝트 표현에 대한 시스템 활동이 연속적이면, 데이터 오브젝트 표현의 무한 스크롤을 디스플레이한다. 대안적으로, GUI는, GUI 사이즈 및 해상도에 따라, GUI의 화면마다 소정의 미리 정의된 수의 데이터 오브젝트 표현을 디스플레이할 수 있다. 유저는, 웹 기반이면 브라우저의 화면을, 또는 애플리케이션이 컴퓨팅 디바이스에 기본 설치된 것이면(native) 애플리케이션 인터페이스를 아래쪽으로 스크롤할 수 있다. 이 방식에서, 시스템은 볼 수 있

는 데이터 오브젝트 표현을 세트로 일괄처리할 수 있는데, 그 이유는 데이터 오브젝트 표현의 수가 무한대에 접근하고 따라서 컴퓨팅 디바이스 상에서 하나의 완전한 세트로서 디스플레이될 수 없기 때문이다. 유저가 아래쪽으로 스크롤함에 따라, 인터페이스는 디스플레이할 데이터 오브젝트 표현의 다음 세트를 가져온다. 추가적으로, 본원에서 설명되는 바와 같이, 유저는, 특정한 데이터 오브젝트 표현을 선택하여 선택된 데이터 오브젝트의 상세한 뷰를 여는 것에 의해, 그 특정한 데이터 오브젝트 표현과 상호작용한다. 이 뷰는 도 10 (b)에서 예시되는 바와 같은 오버레이 뷰(1001)일 수 있거나 또는 그것은 풀 스크린 뷰(도시되지 않음)일 수 있다.

[0313] 데이터 오브젝트 표현의 이 동일한 세트를 텔레비전 상에서 제시하기 위해, 데이터세트는 비디오 스트림으로 편제될 수 있는데, 이 경우 각각의 프레임은 하나의 텔레비전 화면에서 볼 수 있는 데이터 오브젝트 표현의 소정의 정의된 세트이다. 이것은 도 11의 (a) 내지 (c)에서 예시되는데, 여기서는 데이터 오브젝트 표현의 이용가능한 세트가, 이 경우에서는, 프레임(프레임 1(1101), 프레임 2(1102), 프레임 3(1103), 및 프레임 4(1104)))마다 여섯 개의 데이터 오브젝트 표현으로 편제되고, 잠재적으로 무한한 프레임의 세트는 각각 어떤 수의 데이터 오브젝트 표현을 포함한다. 프레임에서 볼 수 있는 각각의 데이터 오브젝트 표현은, 뷰어에 대한 최적의 경험을 제공하기 위해서는, 텔레비전 화면 상에서 완전히 볼 수 있는 것이 유익하다. 시스템은, 시스템 선호도 및/또는 유저 선호도에 기초하여 데이터 오브젝트 표현의 하나 이상의 상이한 스트림을 제공할 수 있다. 이들 스트림의 각각은, 관할 엔티티(governing entity)에 의해 시스템에 할당되는 바와 같은 텔레비전 시청을 위한 하나 이상의 특정한 주파수 또는 채널로 브로드캐스트될 수 있다. 시스템은, 시스템이 사용될 때 데이터 오브젝트 표현의 다양한 스트림을 연속적으로 브로드캐스트할 수 있다. 하나의 프레임으로부터 다음 번 프레임으로의 전이는, 각각의 프레임을 충분히 볼 최적의 시간을 제공하기 위해, 시스템 제공의, 사전 프로그래밍된 지연, 예를 들면, 프레임당 3초를 가질 수 있는데, 다음 번 프레임으로 전이하기 이전에 각각의 프레임이 3초동안 보여진다는 것을 의미한다. 이것은 대표적인 지연 시간프레임의 예에 불과하다. "3초 지연"은 또한, 일반적인 비디오 뷰잉 경험을 에뮬레이팅하도록 각각의 프레임을 소정 횟수 연속적으로 반복하는 것에 의해 실현될 수 있다.

[0314] 데이터 오브젝트 표현의 특정한 스트림을 볼 때, 디코더로 칭해지는 텔레비전 디코더는, 유저가 데이터 오브젝트 표현의 스트림과 어떻게 상호작용할 수 있는지를 지시할 수 있다. 다양한 디코더는, 수신된 텔레비전 브로드캐스트 송신, 즉, 위성(DVB-S, DVB-S2, DVB-SH), 케이블(DVB-C, DVB-C2)), 및 다른 국제적으로 인정된 송신 메커니즘을 통한 디지털 비디오 브로드캐스팅(Digital Video Broadcasting; DVB)을, 텔레비전 상에서 볼 수 있는 형태로 디코딩하는 것을 지원한다. 스트림은 또한, 디코더 없이 표준 안테나를 통해 수신되는 제공된 주파수(예를 들면, 채널) 상의 UHF 또는 VHF를 통해 송신될 수 있는데, 뷰어가 스트림과 상호작용할 수 없다는 것을 의미한다. 뷰어는 그들의 텔레비전 화면 상에서 스트리밍되는 컨텐츠만을 볼 수 있다.

[0315] 디코더, 예를 들면, 케이블 디지털 비디오 레코더(Cable Digital Video Recorder; DVR), TiVO, Roku, DirectTV, GoogleTV, Apple TV, 게이밍 시스템(XBOX360, XBOX1, PS3, PS4, 및/또는 WiiU를 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않음), 및 다른 것 상에서 특정한 스트림을 보는 경우, 시스템은 데이터 오브젝트 표현의 스트림 상에서 유저에 대해 더 많이 상호작용적 경험을 생성할 수 있다. 이들 상호작용적 경험은, 개발 환경, 예를 들면, 상용 비디오 애플리케이션을 개발하기 위한 플랫폼을 디코더 상에 제공하는 DVM 멀티미디어 홈 플랫폼(DVB Multimedia Home Platform)을 사용하여, 디코더 상에서 실현될 수 있다. 스트림의 자율 유닛이 데이터 오브젝트 표현의 프레임이기 때문에, 디코더 및/또는 그 리모콘(remote control)의 "선택" 기능을 사용하는 것은 상세한 뷰잉을 위한 현재 보고 있는 프레임을 식별할 수 있다. 데이터 오브젝트 표현의 스트림은, 특정한 프레임의 데이터 오브젝트 상세를 보고 있을 때 유저를 위해 일시 정지할 수 있다. 디코더는 선택된 프레임에 포함되는 데이터 오브젝트 표현을 시스템에게 요구하는 것이 가능하게 될 수 있다. 시스템은, 데이터가 하나의 메시지에서 디코더로 전송하기에 너무 크면, 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현의 더 작은 세트 또는 프레임에서 데이터 오브젝트 표현의 각각에 대한 데이터의 전체 세트를 리턴할 수 있다. 이 방식에서, 디코더는 유저에게 제시할 하나 이상의 데이터 오브젝트 표현의 상세를 요구할 수 있다. 도 11의 (b) 및 (c)에서 예시되는 바와 같이, 제1 데이터 오브젝트인 데이터 오브젝트 표현 A(1105)는, (도 10의 (a) 및 (b)에서 도시되는 바와 같은) 컴퓨터 적응 뷰(computer orientation view)와 아주 유사하게, 완전히 상세하게 디스플레이될 수 있다(1106). 추가적으로, 유저는, 디코더 및/또는 그 리모콘 상의 "좌" 및 "우" 제어부(1107)를 사용하여 데이터 오브젝트 표현의 제공된 세트 전체를 스크롤할 수 있다. 동일한 기능을 제공하기 위해, "상" 및 "하" 제어부(도시되지 않음)가 또한 사용될 수 있다. 도 11의 (a) 내지 (c)에서는 싱글 데이터 오브젝트 표현 뷰잉 방식이 예시되지만, 데이터 오브젝트 표현 모두는, 프레임과 아주 유사한 일람 뷰(summary view)에서 또는 리스트로서 디스플레이될 수 있고, 유저는 상/하/좌/우 및 선택 제어부를 사용하여 뷰잉을 위한 소망의 데이터 오브젝트 표현으로 내비게이팅할 수 있다. 유저는 디코더 및/또는 그 리모콘 상의 "나가기(exit)" 제어부를 눌러서 스트리밍을 재

개하는 스트림으로 복귀할 수 있다.

[0316] 상기에서 설명되는 바와 같이, 데이터 오브젝트 표현의 하나 이상의 스트림이 존재할 수 있다. 각각의 스트림은 그 고유의 브로드캐스트 주파수에 할당될 수 있거나 또는 다양한 스트림은, 도 12a 내지 도 12d에서 예시되는 바와 같은 "온 디맨드" 양식을 사용하여 제공될 수 있다. 뷰어는, 볼 수 있는 스트림의 리스트(도 12a 내지 도 12d에서 주 스트림 1 내지 주 스트림 3 및 주 스트림 n(각각, 1201-1204)으로 칭해짐), 대표적인 데이터 오브젝트 표현의 세트의 일람 뷰(1205), 및 스트림의 설명(1206)을 제공할 수 있는 소정의 채널을 디코더 상에서 선택할 수 있다. 이용가능한 스트림은 시스템에 의해 디폴트로 제공되는 것일 수 있다. 뷰어는 디코더 및/ 그 리모콘 상의 상/하 및 선택 제어부를 사용하여 스트림을 선택할 수 있다. 일단 스트림이 선택되면, 유저는 도 11에 대해 설명된 것과 동일한 상호작용을 통해 도 12b에서 예시되는 바와 같은 뷰잉을 시작한다.

[0317] 뷰어가 이용할 수 있는 "개인" 스트림(1207)이 또한 존재할 수 있는데, 이것은 선택시 도 12c에서 예시되는 바와 같이 유저가 시스템에 로그인하는 것을 요구하고, 유저 고유의 세션을 확립한다. 시스템은 예로서 왼쪽 하단 모서리에서 예시된 바와 같이, 아무도 로그인하지 않았거나 궁극적으로 누군가가 로그인 한 경우에, 디코더를 통해 누가 로그인되어 있는지에 대한 정보를 제공 할 수 있다. 디코더는 또한 유저 세션 제어부를 제공할 수 있고 그 자체를 디스플레이할 수 있다. 일단 로그인되면, 유저는, 도 12d에서 예시되는 바와 같이 그 유저만 이용가능한 데이터 오브젝트 표현 스트림의 추가적인 세트를 볼 수 있다. 그 다음 유저는 도 12a에 대해 설명된 바와 같이 리스트와 상호작용할 수 있다.

[0318] 뷰어가 그들의 텔레비전 디코더로부터 시스템으로 로그인하는 메커니즘은, 디코더 고유의 "키", 즉, 예를 들면 영숫자 문자열 및 옵션적으로는 하나 이상의 특수 문자를 포함하는 영숫자 문자열을 디코더가 유저에게 제공하는 것에 의해 더욱 효율적으로 만들어질 수 있다. 디코더는 신호를 디코딩하기 위해(마찬가지로 인코딩하기 위해) 하나 이상의 기술 분야에서 인정된 방법(알고리즘)을 사용하며, 적절한 방법은 케이블을 위한 QAM, 무선을 통한 송신을 위한 ATSC, 인터넷 컨텐츠를 위한 IP, 및 등등을 포함하지만 그러나 이들로 제한되지는 않는다. 그 다음, 유저의 텔레비전 디코더를, 시스템 상에서의 유저의 로그인과 관련시킬 수 있는 웹, 모바일 또는 다른 컴퓨터 지향 인터페이스를 통해 유저에 의해 키가 시스템에 입력될 수 있다. 이 방식에서는, 디코더가 시스템을 통해 그 자신을 자동적으로 인증할 수 있기 때문에, 유저가 텔레비전을 키면 유저는 시스템에 자동적으로 로그인될 수 있다. 디코더의 키를 얻는 메커니즘은, 유저가 시스템에 수동으로 입력하도록 텔레비전 화면 상에서 유저에게 제시될 수 있거나 또는 이것은 유저 개입 없이 디코더와 시스템 사이에서 자동적으로 수행될 수 있다. 키는 또한 디코더에서 외부 저장 매체, 예를 들면, USB 스틱으로 복제될 수 있는데, 그 다음, 키는 시스템에 의해 제공되는 서비스를 통해 시스템으로 업로드된다. 키는 또한, 유저가 디코더로부터 시스템에 수동으로 로그인한 이후, 디코더에 의해 시스템으로 전달될 수 있다. 통상적으로, 디코더와 시스템 사이의 이러한 종류의 상호작용을 유저에게 통지하여, 유저에게 디코더의 키를 시스템 상에 저장하는 것에서 손을 떼는 옵션을 제공하는 것이 최상의 실시이다. 또한, 시스템은, 다수의 디코더를 갖는 뷰어의 경우에 하나 이상의 텔레비전 디코더를 갖는 뷰어를 지원할 수 있다.

[0319] 수익창출(monetization)

[0320] 시스템은 임의의 적절한 방법에 의해 수익이 창출될 수 있다. 하나의 실시예에서, 소비자 유저는 시스템에 대한 멤버십에 비용을 지불할 수 있거나 또는 일반적인 액세스 멤버십은 무료일 수 있지만, 그러나 소정의 서비스 또는 시스템의 일부에 대한 액세스는 요금을 징수할 수 있다. 예를 들면, 일반적인 액세스 멤버십이 비용이 무료일 수 있지만, 소비자 유저는 브랜드 또는 아이템 클럽의 멤버가 되기 위한 요금을 지불할 수 있다.

[0321] 바람직한 실시예에서, 소비자 유저는 비용 없이 시스템에 대한 완전한 액세스를 허여받는 반면, 브랜드는 상기에서 설명되는 바와 같이 시스템에 액세스하여 시스템 상에서 그들의 아이템을 프로모션하기 위해 비용을 지불한다. 하나의 실시예에서, 브랜드는 시스템 상에서 광고하기 위해 및/또는 브랜드 아이템을 보기 위한 브랜드 웹사이트의 하이퍼링크를 시스템 상에 포함시키기 위해 요금을 지불할 것이다. 또한, 브랜드는 등록 요금, 예를 들면, 사이트에 대한 일반적인 액세스를 위한 일회성 정액 요금, 또는 주기적 구독 요금, 예를 들면, 한 달 단위로, 두 달 단위로, 연 단위로, 반년 단위로, 등등의 단위로 지불가능한, 예를 들면, 사이트에 대한 일반적인 액세스를 위한 정액 요금을 지불할 수 있다. 하나의 실시예에서, 시스템에 대한 브랜드의 일반적인 액세스는 무료인 반면, 시스템 상에서의 브랜드 페이지의 생성 및 디스플레이는, 일회성 정액 요금, 주기적 정액 요금, 노출당 정액 요금(기술 분양에서 노출당 비용(cost per impression) 또는 CPM으로 알려짐), 브랜드 웹사이트로의 클릭(click-through)에 대한 클릭당 정액 요금(클릭당 비용(cost per click) 또는 CPC로 알려짐)을 대가로 제공될 수 있다. 대안적으로, 시스템 상에서의 아이템 리스트의 추가는, 일회성 정액 요금, 주기적 정

액 요금, 시스템 상에서의 아이템 리스트의 노출당 플랫 요금, 또는 아이템의 판매 비율에 기초한 요금을 대가로 제공될 수 있다. 하나의 실시예에서, 브랜드는 정의된 수의 아이템을 시스템 상에서 무료로 나열할 수 있고 추가 요금을 대가로 브랜드는 그 기본 수를 넘는 다수의 아이템을 나열할 수 있다.

[0322] 여전히 또한, 브랜드 페이지에서의 소정의 피쳐의 포함은 추가적인 요금을 징수할 수 있다. 하나의 실시예에서, 브랜드는 정의된 수의 이미지, 비디오, 및 다른 미디어를 브랜드 페이지에 포함시킬 수 있지만, 그러나, 추가적인 요금을 대가로, 브랜드는 추가적인 다큐먼트(예를 들면, 아이템 삽입, 매뉴얼, 등등) 이미지, 비디오, 및 다른 미디어를 포함시킬 수 있다. 추가 요금은, 추가적인 이미지, 비디오, 또는 미디어마다의 정액률에 기초될 수 있거나, 또는 그 이미지, 비디오, 또는 미디어를 보기 위한 클릭을 산출하는 노출의 수에 기초할 수 있다. 또한, 브랜드로의 또는 그 브랜드의 소매업자 또는 분배자로의 웹사이트 링크의 포함은, 추가적인 정액 요금, 그 웹사이트로의 클릭당 비용, 또는 아이템 판매의 비율에 기초한 요금을 대가로 제공될 수 있다. 브랜드는 또한 브랜드 페이지 상에 호출 버튼, 예를 들면, 소비자 유저에 의한 클릭시 그 전화번호로 전화를 거는 브랜드 전화번호(예를 들면, 브랜드 고객 서비스, 판매 담당자, 등등)에 대한 링크를 포함할 수 있다. 호출 버튼의 포함은, 호출 버튼당 정액 요금, 호출 버튼으로의 각각의 클릭에 대한 클릭당 비용, 또는 아이템 판매의 비율에 기초하여 계산되는 요금을 대가로 제공될 수 있다. 상기에서 논의되는 바와 같이, 특색있는 아이템 리스트 상에서의 아이템의 추가 및/또는 특색있는 브랜드 상에서의 브랜드의 추가는 또한, 특색있는 리스트에서의 디스플레이에 대한 노출당 비용, 특색있는 리스트에서의 디스플레이에 대한 클릭당 비용, 특색 있는 리스트 상에서의 디스플레이를 경쟁하는 시스템 상의 브랜드 간의 경매(입찰은 정액 가격, 노출당 비용, 또는 클릭당 비용의 관점에서 이루어짐)의 관점에서 추가적인 요금을 징수할 수 있다.

[0323] 수익창출은 또한 시스템을 통해 구매되는 아이템에 기초할 수 있다. 예를 들면, 아이템이 시스템 또는 써드파티 웹사이트를 통해 직접적으로 구매되면, 브랜드는, 시스템 상에서 아이템 구매가 개시될 때마다의(구매가 써드파티 웹사이트 상에서 완성된 경우에도) 클릭당 정액 비용, 아이템 판매에 기초한, 또는 시스템 상에서 개시된 써드파티 웹사이트 상에서의 세션 동안 구매된 아이템의 전체 또는 일부에 대한 판매의 비율에 기초한 클릭당 비용을 지불할 것이다.

[0324] 여전히 또한, 시스템 상에 광고 아이템, 예를 들면, 검색 결과 화면 및/또는 추천 화면의 눈에 띄는 광고 배치가 가능하다. 이들 광고 방법의 각각은, 클릭당 비용, 노출당 비용, 또는 정액 요금을 대가로 제공될 수 있고, 옵션적으로, 시스템 상의 광고 공간을 경쟁하는 시스템 상의 브랜드 간의 경매로 제공될 수 있다.

[0325] 수익창출의 추가적이 방법이 또한 고려된다. 예를 들면, 시스템은 브랜드에게 다양한 타입의 상호작용 데이터를 무료로 제공할 수 있고, 반면 상이한 포맷의 또는 커스텀 포맷의 소정 타입의 상호작용 데이터 또는 상호작용 데이터의 표시는 추가적인 요금을 대가로 제공될 수 있다. 예를 들면, 인구통계 정보는 추가적인 비용을 대가로 제공될 수 있고, 옵션적으로는, 그 인구통계를 갖는 소비자 유저의 상대적 지리적 위치를 또한 반영하는 방식의 인구통계 정보의 표시도 또한 추가적인 요금을 징수할 수 있다. 게다가, 시스템은 또한, 스마트폰, GPS, 태블릿, 등등의 상에서 동작할 컴패니언 애플리케이션(companion application)을 또한 제공할 수 있고, 소비자 유저에 의해 방문되는 스토어에서 이용가능한 시스템의 아이템을 디스플레이한다. 컴패니언 애플리케이션은 무료로 소비자 유저에게 및/또는 브랜드, 소매업자, 등등에게 제공될 수 있다. 컴패니언 애플리케이션은 또한, 브랜드, 소매업자, 등등에 의해 소비자 유저에게 무료로 제공될 수 있다. 컴패니언 애플리케이션은 또한, 특히 브랜드, 소매업자, 등등에 대한 소비자 유저에 대해 개발될 수 있다.

[0326] 여전히 또한, 브랜드가 상기에서 설명되는 바와 같이 그 브랜드의 아이템에 특히 주력하는 시스템을 생성하는 것을 허용하는 시스템의 버전이 브랜드로 제공될 수 있다. 시스템의 이 맞춤된 버전은, 소프트웨어 커스텀화를 위한 초기 가격, 시스템을 브랜드 플랫폼으로 사용하여 이루어지는 판매의 비율, 시스템 서버를 운용하기 위한 서비스 비용, 등등에서 제공될 수 있다.

[0327] 특정 실시예

[0328] (a) 어린이용 시스템

[0329] 바람직한 실시예에서, 상기에서 설명되는 바와 같은 시스템은 어린이에 의한 사용을 위해 설계된다. 이 타입의 시스템에 포함되는 아이템은, 예를 들면, 어린이 안전이고, 데이터 오브젝트에 관련 안전성 정보를 포함하는 것이 바람직하고, 교육적 평점 및 적절한 연령 범위 및 성별의 표시를 더 포함한다. 시스템은 바람직하게는 아이의 프로파일이 부모의 프로파일에 링크되는 것을 요구하고, 아이의 프로파일은, 부모가 시스템 상에서의 아이의 활동을 보는 것뿐만 아니라, 데이터 오브젝트 중 아이가 볼 수 있는 분야를 커스터마이징하는 것, 예를 들면,

가격, 광고, 및 연령에 적합하지 않은 컨텐츠 및 그 데이터 오브젝트와 관련되는 해설을 제거하는 것을 가능하게 하는 부모 제어 설정을 포함한다. 부모는 또한, 시스템 상에서의 아이의 활동에 대한 액세스를 시스템의 추가적인 소비자 유저 및 브랜드 유저의 제한된 세트로 제한하는 능력을 갖는다. 또한, 시스템은, 아이들을 향해 조정된 엘리먼트, 예를 들면, 연령에 적합한 농담, 게임, 등등을 포함할 수 있다.

[0330] (b) 투표 메커니즘

[0331] 상기에서 언급되는 바와 같이, 소비자 유저는, 예를 들면, 아이템 또는 브랜드를 연락처와 공유하는 것에 의해, 데이터 오브젝트 표현에 추가하고 및/또는 코멘트하는 것에 의해, 등등에 의해, 시스템 상의 한 명 이상의 연락처와 상호작용할 수 있다. 하나의 특정한 실시예에서, 소비자 유저는 또한, 소비자 유저가 관심이 있는 하나 이상의 아이템 또는 브랜드 데이터 오브젝트에 관해 한 명 이상의 연락처에게 코멘트를 요청하기 위해, 시스템을 사용할 수 있다. 예를 들면, 소비자 유저가 둘 이상의 아이템의 구매를 고려하고 있으면, 그/그녀는 시스템을 통해 이들 아이템 페이지를 그/그녀의 연락처 네트워크의 한 명 이상의 연락처와 공유할 수 있고 이들 연락처에게, 그/그녀가 구매해야 하는 아이템 또는 브랜드에 대해 투표하거나 또는 다르게는 코멘트할 것을 요청할 수 있다. 하나의 실시예에서, 시스템은, 시스템을 통해 소비자 유저로부터 한 명 이상의 연락처에게 전송될 수 있는 투표 메커니즘을 제공하고, 투표 메커니즘은 한 명 이상의 연락처가, 소비자 유저가 어떤 아이템 또는 브랜드를 구매해야 하는지를 나타내는 것을 가능하게 한다. 게다가, 투표 메커니즘은 또한, 한 명 이상의 연락처가 아이템 제공에 코멘트하는 것을 가능하게 하는 필드를 포함한다. 하나의 실시예에서, 소비자 유저는, 그/그녀의 네트워크의 연락처의 서브셋, 예를 들면, 연락처 또는 가족의 선택 그룹만의 이것과 같은 아이템/브랜드 비교에 대한 피드백을 요청할 수 있다. 이 투표 메커니즘에 포함되는 연락처 또는 가족은 임의의 코멘트를 데이터 오브젝트 표현의 해설 필드에 추가할 수 있고 연락처 또는 가족은 또한, 소비자 유저가 대안예에서 고려할 수 있는 다른 아이템/브랜드를 제안할 수 있다. 이 투표 메커니즘에 대해 시간 제한이 소비자에 의해 옵션적으로 지정될 수 있거나 또는 그것은 무제한일 수도 있다. 소비자 유저가 투표 메커니즘에 시간 제한을 지정하면, 데이터 오브젝트 표현은, 투표에 남아 있는 시간을 나타내는 카운트다운을 포함하도록 수정될 수 있다. 하나의 실시예에서, 이와 같은 투표 메커니즘 다이얼로그는 브랜드에 의해 수정될 수 있고 브랜드는 아이템 또는 브랜드에 관한 다이얼로그에 참여하는 데 무료이다. 투표 메커니즘의 주제인 데이터 오브젝트 표현은 또한, 그것을 시스템의 다른 데이터 오브젝트 표현과 구별하는 방식으로 강조될 수 있다, 예를 들면, 그것이 투표 메커니즘의 주제이다는 것을 나타내도록 컬러 코딩될 수 있다.

[0332] (c) 브랜드 대 브랜드 도전

[0333] 시스템은 또한, 자신의 아이템을 경쟁자 브랜드의 것과 비교하기 위해 브랜드에 의해 사용될 수 있다. 예를 들면, 브랜드는, 경쟁자 브랜드에 관한 프로모션 데이터 오브젝트에 코멘트할 수 있거나 또는 그 프로모션 데이터 오브젝트를 생성할 수 있고, 그에 의해, 그 경쟁자 브랜드에게 응답으로 자신의 코멘트를 제출할 것을 요구하고, 이들 브랜드/경쟁자 브랜드 아이템의 유저는 도전에 참여할 수 있다. 하나의 특정한 실시예에서, 자동차 제조업체는 신규 차량에 대한 데이터 오브젝트를 생성하고 그 데이터 오브젝트 표현은, 동일한 클래스의 자신의 경쟁자보다 우수한 차량의 피쳐를 강조한다. 자동차 제조업체는 경쟁자 차량 제조업체에게, 경쟁자에 관련되는 정보를 포함하는 이 데이터 오브젝트를 생성했다는 것을 통지하고, 경쟁자는, 예를 들면, 말로(in words) 또는 제1 차량 제조업체의 우수성에 도전하는 지원 문서의 포함에 의해, 해설 필드에 그 데이터 오브젝트 표현에 대해 코멘트할 수 있다. 이 논쟁은 차량 제조업체 및/또는 경쟁자 차량 제조업체와 관계를 갖는 소비자 유저에게 시스템에서 디스플레이되고, 이들 소비자 유저는 또한 그들의 코멘트를 데이터 오브젝트 표현의 논쟁에 제출할 수 있다. 상기에서 설명되는 투표 메커니즘처럼, 브랜드 대 브랜드 도전은, 도전에 대한 어느 한 당사자에 의해 설정되는, 그것에 부과되는 시간 제한을 가질 수 있고, 이 목적을 위해 생성되는 데이터 오브젝트 표현은, 그것을 시스템의 다른 데이터 오브젝트 표현과 구별하기 위해 강조될 수 있다, 예를 들면, 그것이 브랜드 대 브랜드 도전의 주제이다는 것을 나타내기 위해 컬러 코딩될 수 있다.

[0334] 시스템 아키텍처

[0335] 도 8은, 본 발명의 다양한 양태를 구현하기 위해 사용될 수도 있는 적절한 컴퓨팅 환경(800)의 예를 도시한다. 이 컴퓨팅 시스템 환경은 적절한 컴퓨팅 환경의 하나의 예에 불과하며, 본 발명의 사용 또는 기능성의 범위에 관해 어떠한 제한도 제안하도록 의도되지 않는다. 또한, 컴퓨팅 환경(800)은 예시적인 동작 환경(800)에서 예시되는 컴포넌트 중 임의의 하나 또는 조합에 관한 어떠한 의존성 또는 요건도 갖는 것으로 해석되지 않아야 한다. 본 발명은, 다양한 다른 범용의 또는 특수 목적의 컴퓨팅 시스템 환경 또는 구성과 함께 동작가능하다. 본 발명과 함께 사용하기에 적합할 수도 있는 널리 공지된 컴퓨팅 시스템, 환경, 및/또는 구성의 예는, 퍼스널

컴퓨터, 서버 컴퓨터, 핸드헬드 디바이스(예를 들면, "스마트폰", 태블릿, 등등), 랩탑 디바이스, 멀티프로세서 시스템, 마이크로프로세서 기반의 시스템, 셋탑 박스, 프로그래머블 소비자 전자장치, 네트워크 PC, 미니컴퓨터, 메인프레임 컴퓨터, 상기 시스템 또는 디바이스, 또는 이들의 컴포넌트 중 임의의 것을 포함하는 분산형 컴퓨팅 환경, 및 등등을 포함하지만, 그러나 이들로 제한되지는 않는다.

[0336] 컴퓨팅 환경은 컴퓨터 실행가능 명령어, 예컨대 하나 이상의 프로그램 모듈을 실행할 수도 있다. 일반적으로, 프로그램 모듈은, 특정 태스크를 수행하거나 또는 특정 추상 데이터 타입을 구현하는 루틴, 프로그램, 오브젝트, 컴포넌트, 데이터 구조, 등등을 포함한다. 본 발명은 또한, 통신 네트워크를 통해 링크되는 원격 프로세싱 디바이스에 의해 태스크가 수행되는 분산형 컴퓨팅 환경에서 실시될 수도 있다. 분산형 컴퓨팅 환경에서, 프로그램 모듈은, 메모리 스토리지 디바이스를 포함하는 로컬 및 원격 컴퓨터 저장 매체 둘 다에 위치될 수도 있다.

[0337] 도 8은 본 발명의 양태를 구현하기 위한 예시적인 시스템을 도시하는데, 컴퓨터(810)를 포함한다. 컴퓨터(810)의 컴포넌트는, 프로세싱 유닛(820), 시스템 메모리(830), 및 시스템 메모리를 포함하는 다양한 시스템 컴포넌트를 프로세싱 유닛(820)에 커플링하는 시스템 버스(821)를 포함한다. 시스템 버스(821)는 임의의 적절한 버스 구조체를 포함할 수도 있다.

[0338] 컴퓨터(810)는 통상적으로 다양한 컴퓨터 판독가능 매체를 포함한다. 컴퓨터 판독가능 매체는, 컴퓨터(810)에 의해 액세스될 수 있으며 휘발성 및 불휘발성의 착탈식 및 비착탈식의 매체 둘 다를 포함하는 임의의 이용가능한 매체일 수 있다. 비제한적인 예로서, 컴퓨터 판독가능 매체는 컴퓨터 저장 매체 및 통신 매체를 포함할 수도 있다. 컴퓨터 저장 매체는, 정보의 저장을 위한 임의의 방법 또는 기술에서 구현되는 휘발성 및 불휘발성의 착탈식 및 비착탈식 매체를 포함한다. 정보는, 예를 들면, 컴퓨터 판독가능 명령어, 데이터 구조, 프로그램 모듈 또는 다른 데이터를 포함할 수도 있다. 컴퓨터 저장 매체는, RAM, ROM, EEPROM, 플래시 메모리 또는 다른 메모리 기술, CD-ROM, 디지털 다기능 디스크(digital versatile disk; DVD) 또는 다른 광학 스토리지, 자기 카세트들, 자기 테이프, 자기 디스크 스토리지 또는 다른 자기 스토리지 디바이스, 또는 소망의 정보를 저장하기 위해 사용될 수 있고 컴퓨터(810)에 의해 액세스될 수 있는 임의의 다른 매체를 포함하지만, 그러나 이들로 제한되는 것은 아니다. 통신 매체는 컴퓨터 판독 가능 명령어, 데이터 구조, 프로그램 모듈, 또는 반송파 또는 다른 전송 메커니즘과 같은 변조된 데이터 신호에서의 다른 데이터를 구체화될 수도 있고, 임의의 정보 전달 매체를 포함한다. 용어 "변조된 데이터 신호"는, 자신의 특성 중 하나 이상이 신호에 정보를 인코딩하는 것과 같은 방식으로 설정되거나 또는 변경된 신호를 의미한다. 비제한적인 예로서, 통신 매체는 유선 네트워크 또는 직결 접속과 같은 유선 매체, 및 무선 매체 예컨대 음향, RF, 적외선 및 다른 무선 매체를 포함한다. 상기의 임의의 조합도 컴퓨터 판독가능 매체의 범위 내에 또한 포함되어야 한다.

[0339] 시스템 메모리(830)는 컴퓨터 저장 매체를, 리드 온리 메모리(read only memory; ROM)(831) 및 랜덤 액세스 메모리(random access memory; RAM)(832)와 같은 휘발성 및/또는 불휘발성 메모리의 형태로 포함한다. 예컨대 기동(start-up) 동안 컴퓨터(810) 내의 엘리먼트 사이에서의 정보 전송을 보조하는 기본 루틴을 포함하는 기본 입/출력 시스템(basic input/output system; BIOS)(833)은 통상적으로 ROM(831)에 저장된다. RAM(832)은, 프로세싱 유닛(820)이 즉시 액세스 할 수 있는 및/또는 프로세싱 유닛(820)에 의해 현재 동작되고 있는 데이터 및/또는 프로그램 모듈을 통상적으로 포함한다. 비제한적인 예로서, 도 8은 운영 체제(834), 애플리케이션 프로그램(835), 다른 프로그램 모듈(836), 및 프로그램 데이터(837)를 도시한다.

[0340] 컴퓨터(810)는 다른 착탈식/비착탈식의 휘발성/불휘발성 컴퓨터 저장 매체를 또한 포함할 수도 있다. 예를 들면, 도 8은, 비착탈식의 불휘발성 자기 매체로부터 판독하거나 또는 그 자기 매체에 기록하는 하드 디스크 드라이브(841), 착탈식의 불휘발성 자기 디스크(852)로부터 판독하거나 또는 그 자기 디스크(852)에 기록하는 자기 디스크 드라이브(851), 및 CD ROM 또는 다른 광학 매체와 같은 착탈식의 불휘발성 광학 디스크(856)로부터 판독하거나 또는 그 광학 디스크(856)에 기록하는 광학 디스크 드라이브(855)를 묘사한다. 예시적인 동작 환경에서 사용될 수 있는 다른 착탈식/비착탈식의 휘발성/비휘발성 컴퓨터 저장 매체는, 자기 테이프 카세트, 플래시 메모리 카드, 디지털 다기능 디스크, 디지털 비디오 테이프, 솔리드 스테이트 RAM, 솔리드 스테이트 ROM, 및 등등을 포함하지만, 그러나 이들로 한정되지는 않는다. 통상적으로, 하드 디스크 드라이브(841)는 인터페이스(840)와 같은 비착탈식 메모리 인터페이스를 통해 시스템 버스(821)에 연결되고, 자기 디스크 드라이브(851) 및 광학 디스크 드라이브(855)는, 통상적으로, 인터페이스(850)와 같은 착탈식 메모리 인터페이스에 의해 시스템 버스(821)에 연결된다.

[0341] 상기에서 논의되는 드라이브 및 그들의 관련 컴퓨터 저장 매체는, 컴퓨터 판독가능 명령어, 데이터 구조, 프로

그램 모듈 및 컴퓨터(810)용의 다른 데이터의 스토리지를 제공한다. 예를 들면, 하드 디스크 드라이브(841)는, 운영 체제(844), 애플리케이션 프로그램(845), 다른 프로그램 모듈(846), 및 프로그램 데이터(847)를 저장하는 것으로 도시된다. 이들 컴포넌트는, 운영 체제(834), 애플리케이션 프로그램(835), 다른 프로그램 모듈(836), 및 프로그램 데이터(837)와 동일하거나 또는 이들과는 상이할 수도 있다. 운영 체제(844), 애플리케이션 프로그램(845), 다른 프로그램 모듈(846), 및 프로그램 데이터(847)에 대해서는, 이들이 명령어의 동일한 세트(들)의 상이한 카피이다는 것을 최소한도로 예시하기 위해 여기서는 상이한 도면부호가 주어진다.

[0342] 유저는, 키보드(862) 및 포인팅 디바이스(861)와 같은 입력 디바이스를 통해 컴퓨터(810)에 커맨드 및 정보를 입력할 수도 있는데, 포인팅 디바이스(861)는 터치 스크린, 마우스, 트랙볼, 등등을 포함할 수도 있다. 다른 입력 디바이스(도시되지 않음)는 마이크, 조이스틱, 게임 패드, 위성 접시, 스캐너, 등등을 포함할 수도 있다. 이들 및 다른 입력 디바이스는 시스템 버스에 커플링되는 유저 입력 인터페이스(860)를 통해 프로세싱 유닛(820)에 종종 연결되지만, 대안적으로는, 병렬 포트, 게임 포트 또는 범용 직렬 버스(USB)와 같은 다른 인터페이스 및 버스 구조에 연결될 수도 있다. 비디오 인터페이스(890)와 같은 인터페이스를 통해, 모니터(891) 또는 다른 타입의 디스플레이 디바이스가 시스템 버스(821)에 또한 연결된다. 모니터 외에, 컴퓨터는 스피커(897) 및 프린터(896)와 같은 다른 주변장치 출력 디바이스를 또한 포함할 수도 있는데, 이들은 출력 주변장치 인터페이스(895)를 통해 연결될 수도 있다.

[0343] 컴퓨터(810)는, 도시된 예시적인 구성에서의 원격 컴퓨터(880)와 같은 하나 이상의 원격 컴퓨터에 대한 논리적 연결을 사용하여 네트워크화된 환경에서 동작할 수도 있다. 원격 컴퓨터(880)는, 서버, 퍼스널 컴퓨터, 라우터, 네트워크 PC, 피어 디바이스 또는 다른 일반적인 네트워크 노드일 수도 있고, 통상적으로, 컴퓨터(810)와 관련하여 상기에서 설명되는 엘리먼트 중 많은 것 또는 전체를 포함하지만, 메모리 스토리지 디바이스(881)만이 도시되어 있다. 묘사되는 논리적 연결은 근거리 통신망(local area network; LAN)(871) 및 광역 통신망(wide area network; WAN)(873)을 포함하지만, 그러나 다른 네트워크를 또한 포함할 수도 있다. 이러한 네트워킹 환경은 사무실, 엔터프라이즈급의 컴퓨터 네트워크, 인트라넷 및 인터넷에서는 일반적이다.

[0344] LAN 네트워킹 환경에서 사용되는 경우, 컴퓨터(810)는 네트워크 인터페이스 또는 어댑터(870)를 통해 LAN(871)에 연결된다. WAN 네트워킹 환경에서 사용되는 경우, 컴퓨터(810)는 모뎀(872) 또는 인터넷과 같은 WAN(873)을 통한 통신을 확립하기 위한 다른 수단을 통상적으로 포함한다. 내부 또는 외부에 있을 수도 있는 모뎀(872)은, 유저 입력 인터페이스(860), 또는 다른 적절한 메커니즘을 통해 시스템 버스(821)에 연결될 수도 있다. 네트워크화된 환경에서, 컴퓨터(810)와 관련하여 묘사되는 프로그램 모듈, 또는 그 일부는 원격 메모리 스토리지 디바이스에 저장될 수도 있다. 예로서, 메모리 디바이스(881) 상에 상주하는 원격 애플리케이션 프로그램(885)이 도시된다. 나타내어진 네트워크 연결은 예시에 불과하며 컴퓨터 사이에서 통신 링크를 확립하기 위한 다른 수단이 사용될 수도 있다는 것이 인식될 것이다.

[0345] 도 9는, 본 발명이 또한 분산형 컴퓨팅 환경(900)에서 실시될 수 있는 하나의 실시예를 예시하는데, 이 경우 태스크는 통신 네트워크를 통해 링크되는 원격 프로세싱 디바이스에 의해 수행된다. 도 9에서 묘사되는 분산형 환경에서, 유저 입력 인터페이스는, 웹 브라우저(902)를 포함하는 로컬 컴퓨터(901) 상에서 제공되고 및/또는 유저 입력 인터페이스는, 시스템(905)에 액세스할 수 있는 애플리케이션(904)을 포함하는 스마트폰(903) 상에서 제공된다. 시스템(905)은, 통신 네트워크를 통해 링크되는 하나 이상의 원격 프로세싱 디바이스를 포함하는데, 이 경우, 각각의 원격 프로세싱 디바이스는, 하나 이상의 프로그램, 오브젝트, 컴포넌트, 데이터 구조, 등등을 실행하는 것에 의해 및/또는 이들과 인터페이싱하는 것에 의해, 하나 이상의 태스크 또는 루틴을 수행한다. 도 9에서 묘사되는 시스템에서, 모듈(906)에 의해 동작되는 웹사이트는 웹 브라우저(902)와 인터페이싱하고 그 웹사이트는 웹 서비스 디바이스(907)와 인터페이싱한다. 대안적으로, 애플리케이션(904)은 웹 서비스 디바이스(907)와 직접적으로 인터페이싱할 수 있다. 웹 서비스 디바이스는 데이터베이스(908)로부터 상호작용 데이터를 수집하고 및/또는 전송한다. 하나의 실시예에서, 시스템은, 메시지를 수신하도록 그리고 시스템 상에서의 데이터 트래픽을 효율적으로 관리하기 위해 이들 메시지를 메시지 큐(910)에서 프로세싱하도록 구성되는 하나 이상의 작업자 모듈(worker module)(909)을 더 포함한다. 예를 들면, 시스템이 데이터 오브젝트를 수정하기 위한 정보를 소비자 유저로부터 수신하면, 작업자 모듈은 그 메시지를 프로세싱하여, 예를 들면, 파생 데이터 오브젝트를 생성하고 그 파생 데이터 오브젝트를 시스템의 소비자 유저 및/또는 브랜드 유저의 서브셋에게 디스플레이할 수 있다.

[0346] 본 발명의 적어도 하나의 실시예의 여러 양태를 이렇게 설명하였지만, 기술 분야의 숙련된 자는 다양한 변경예, 수정예, 및 개선예를 쉽게 떠 올릴 것이다는 것이 인식되어야 한다. 이러한 변경예, 수정예, 및 개선예는 본 개시의 일부인 것으로 의도되며, 본 발명의 취지와 범위 내에 있는 것으로 의도된다. 또한, 본 발명의 몇몇 이

점이 나타내어지지만, 본 발명의 모든 실시예가 모든 설명된 이점을 갖는 것은 아니며, 설명되지 않은 다른 이점이 실현될 수도 있다는 것이 인식되어야 한다. 또한, 몇몇 실시예는 본원에서 유익한 것으로 설명되는 피처를 구현하지 않을 수도 있다. 따라서, 상기 설명 및 도면은 단지 예에 불과하다.

[0347] 본 발명의 상기 설명된 실시예는, 임의의 다양한 방식으로 구현될 수 있다. 예를 들면, 실시예는 하드웨어, 소프트웨어 또는 이들의 조합을 사용하여 구현될 수도 있다. 소프트웨어로 구현되는 경우, 소프트웨어 코드는, 단일의 컴퓨터에서 제공되든 또는 다수의 컴퓨터 사이에서 분산되든, 임의의 적절한 프로세서 또는 프로세서의 콜렉션 상에서 실행될 수 있다. 이러한 프로세서는, 집적 회로 컴포넌트에 하나 이상의 프로세서를 갖는 집적 회로로서 구현될 수도 있다. 그렇지만, 프로세서는 임의의 적절한 포맷의 회로부를 사용하여 구현될 수도 있다. 또한, 컴퓨터는 다수의 형태 중 임의의 것에서 구체화될 수도 있으며, 그 중 일부는 상기에서 설명되었다는 것이 인식되어야 한다.

[0348] 언급된 바와 같이, 컴퓨터는 하나 이상의 입력 및 출력 디바이스를 구비할 수도 있다. 이들 디바이스는, 다른 것들 중에서도, 유저 인터페이스를 제시하기 위해 사용될 수 있다. 유저 인터페이스를 제공하기 위해 사용될 수 있는 출력 디바이스의 예는, 출력의 시각적 표시를 위한 프린터 또는 디스플레이 스크린 및 출력의 청각적 표현을 위한 스피커 또는 다른 사운드 생성 디바이스를 포함한다. 유저 인터페이스를 위해 사용될 수 있는 입력 디바이스의 예는 키보드, 및 포인팅 디바이스, 예컨대 마우스, 터치 패드, 및 디지타이징 태블릿을 포함한다. 다른 예로서, 컴퓨터는 스피치 인식을 통해 또는 다른 가청의 포맷으로 입력 정보를 수신할 수도 있다.

[0349] 또한, 본원에서 개설되는 다양한 방법 또는 프로세스는, 다양한 운영 체제 또는 플랫폼 중 임의의 하나를 활용하는 하나 이상의 프로세서 상에서 실행가능한 소프트웨어로서 코딩될 수도 있다. 추가적으로, 이러한 소프트웨어는 다수의 적절한 프로그래밍 언어 및/또는 프로그래밍 또는 스크립팅 툴 중 임의의 것을 사용하여 작성될 수도 있고, 또한 실행가능한 기계어 코드 또는 프레임워크 또는 가상 머신 상에서 실행되는 중간 코드로서 컴파일될 수도 있다.

[0350] 이와 관련하여, 본 발명은, 하나 이상의 컴퓨터 또는 다른 프로세서 상에서의 실행시, 상기 설명된 본 발명의 다양한 실시예를 구현하는 방법을 수행하는 하나 이상의 프로그램으로 인코딩되는 컴퓨터 판독가능 저장 매체(또는 다수의 컴퓨터 판독가능 매체)(예를 들면, 컴퓨터 메모리, 하나 이상의 플로피 디스크, 컴팩트 디스크(compact discs; CD), 광학 디스크, 디지털 비디오 디스크(digital video disks; DVD), 자기 테이프, 플래시 메모리, 반도체 디바이스의 회로 구성, 또는 다른 유형의 컴퓨터 저장 매체)로서 구체화될 수도 있다. 상기의 예로부터 명백한 바와 같이, 컴퓨터 판독가능 저장 매체는, 컴퓨터 실행가능 명령어를 비일시적 형태로 제공하기에 충분한 시간 동안 정보를 유지할 수도 있다. 이러한 컴퓨터 판독가능 저장 매체 또는 매체들은 운송가능할 수 있고, 그 결과 그 상에 저장되는 프로그램 또는 프로그램들은, 상기에서 논의되는 바와 같은 본 발명의 다양한 양태를 구현하도록 하나 이상의 상이한 컴퓨터 또는 다른 프로세서로 로딩될 수 있다. 본원에서 사용되는 바와 같이, 용어 "컴퓨터 판독가능 저장 매체"는, 제조된 것(예를 들면, 제조 물품) 또는 머신인 것으로 간주될 수 있는 컴퓨터 판독가능 매체만을 포괄한다. 대안적으로 또는 추가적으로, 본 발명은 컴퓨터 판독가능 저장 매체와는 다른 컴퓨터 판독가능 매체, 예컨대 전파 신호로서 구체화될 수도 있다.

[0351] 용어 "프로그램" 또는 "소프트웨어"는 본원에서, 상기에서 논의된 바와 같은 본 발명의 다양한 양태를 구현하기 위해 컴퓨터 또는 다른 프로세서를 프로그래밍하도록 활용될 수 있는 임의의 타입의 컴퓨터 코드 또는 컴퓨터 실행가능 명령어의 세트를 지칭하기 위한 일반적인 의미로 사용된다. 추가적으로, 본 실시예의 하나의 양태에 따르면, 실행시 본 발명의 방법을 수행하는 하나 이상의 컴퓨터 프로그램은 단일의 컴퓨터 또는 프로세서 상에 상주할 필요는 없고, 대신 본 발명의 다양한 양태를 구현하기 위해 다수의 상이한 컴퓨터 또는 프로세서 사이에서 모듈 양식으로 분산될 수도 있다는 것이 인식되어야 한다.

[0352] 컴퓨터 실행가능 명령어는, 하나 이상의 컴퓨터 또는 다른 디바이스에 의해 실행되는 많은 형태, 예컨대 프로그램 모듈일 수도 있다. 일반적으로, 프로그램 모듈은, 특정 태스크를 수행하거나 또는 특정 추상 데이터 타입을 구현하는 루틴, 프로그램, 오브젝트, 컴포넌트, 데이터 구조, 등등을 포함한다. 통상적으로, 프로그램 모듈의 기능성은 다양한 실시예에서 소망에 따라 결합되거나 분산될 수도 있다.

[0353] 또한, 데이터 구조는 컴퓨터 판독가능 매체에서 임의의 적절한 형태로 저장될 수도 있다. 예시의 간략화를 위해, 데이터 구조는, 데이터 구조에서의 위치를 통해 관련되는 필드를 갖도록 나타내어질 수도 있다. 이러한 관계는, 필드 사이의 관계를 전달하는 비일시적 컴퓨터 판독가능 매체에서 위치를 갖는 필드에 대해 스토리지를 할당하는 것에 의해 마찬가지로 달성될 수도 있다. 그러나, 포인터, 태그 또는 데이터 엘리먼트 사이의 관계를

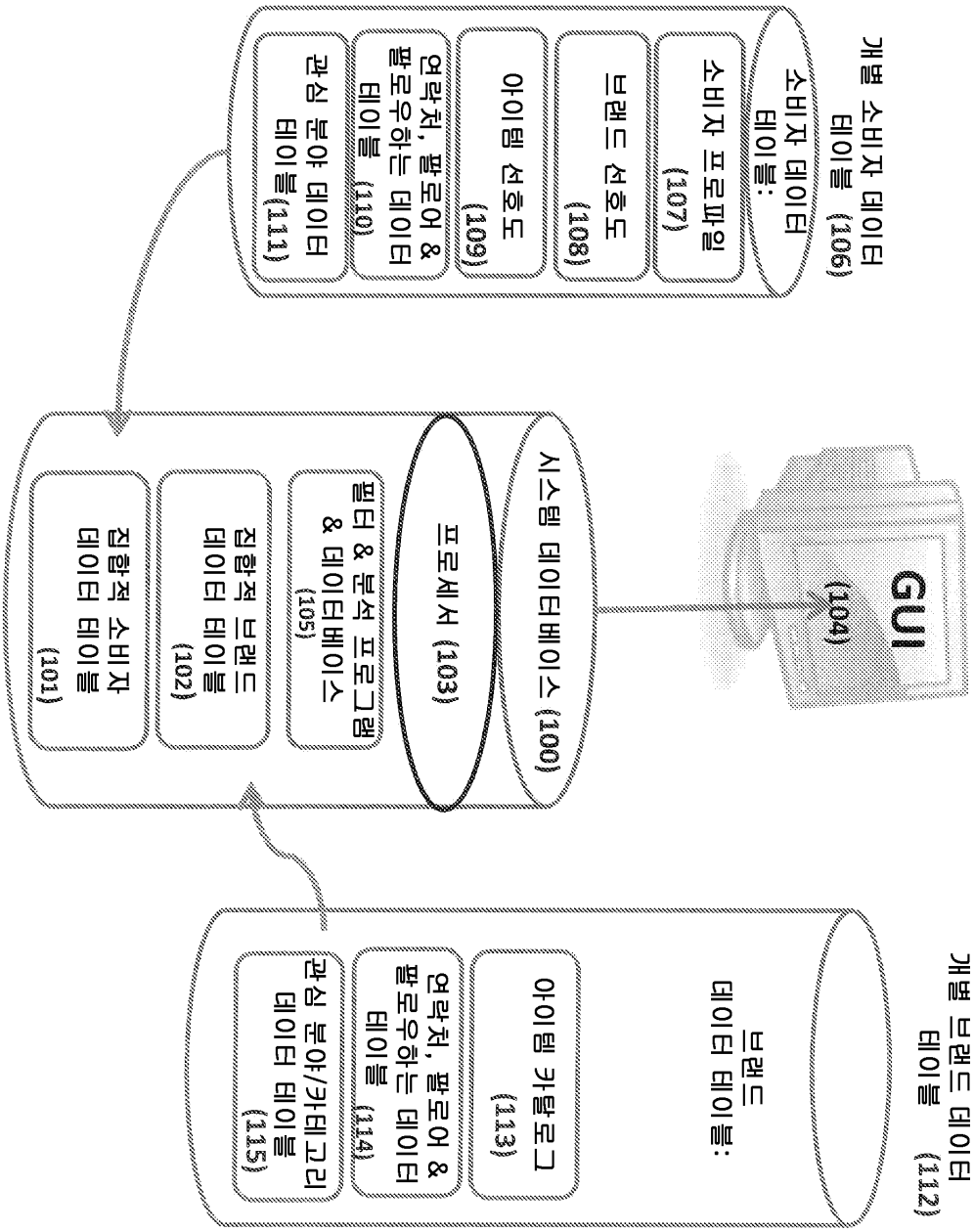
확립하는 다른 메커니즘의 사용을 통한 것을 비롯해서, 데이터 구조의 필드에 있는 정보 사이의 관계를 확립하기 위해 임의의 적절한 메커니즘이 사용될 수도 있다.

[0354] ***

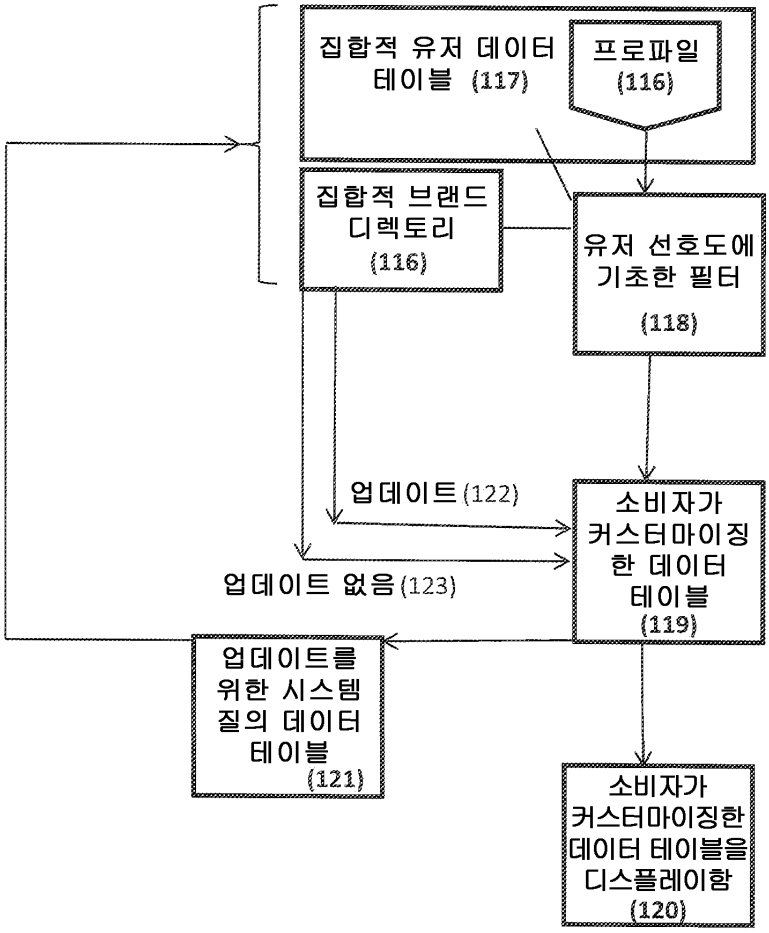
[0355] 본 발명은 본원에서 설명되는 특정한 실시예에 의해 범위에서 제한되지 않아야 한다. 실제, 상기 설명 및 첨부의 도면으로부터, 본원에서 설명되는 것 이외의 방법의 다양한 수정예가 기술 분야의 숙련된 자에게 명백할 것이다. 이러한 수저예는 청구범위의 범위 내에 있는 것으로 의도된다. 다양한 공개 문헌이 본원에서 인용되는데, 그 개시는 참조에 의해 그 전체가 통합된다.

도면

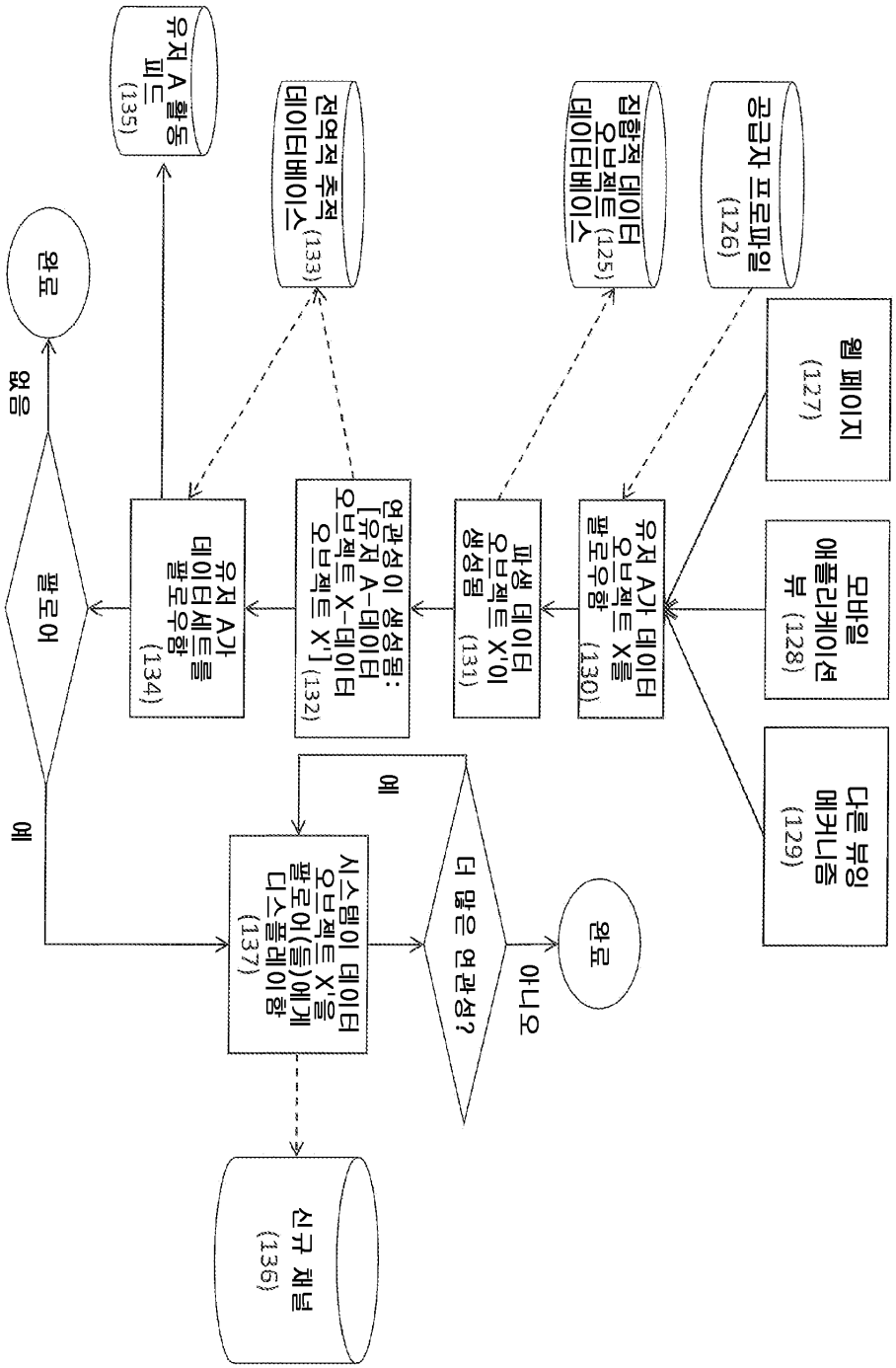
도면1a



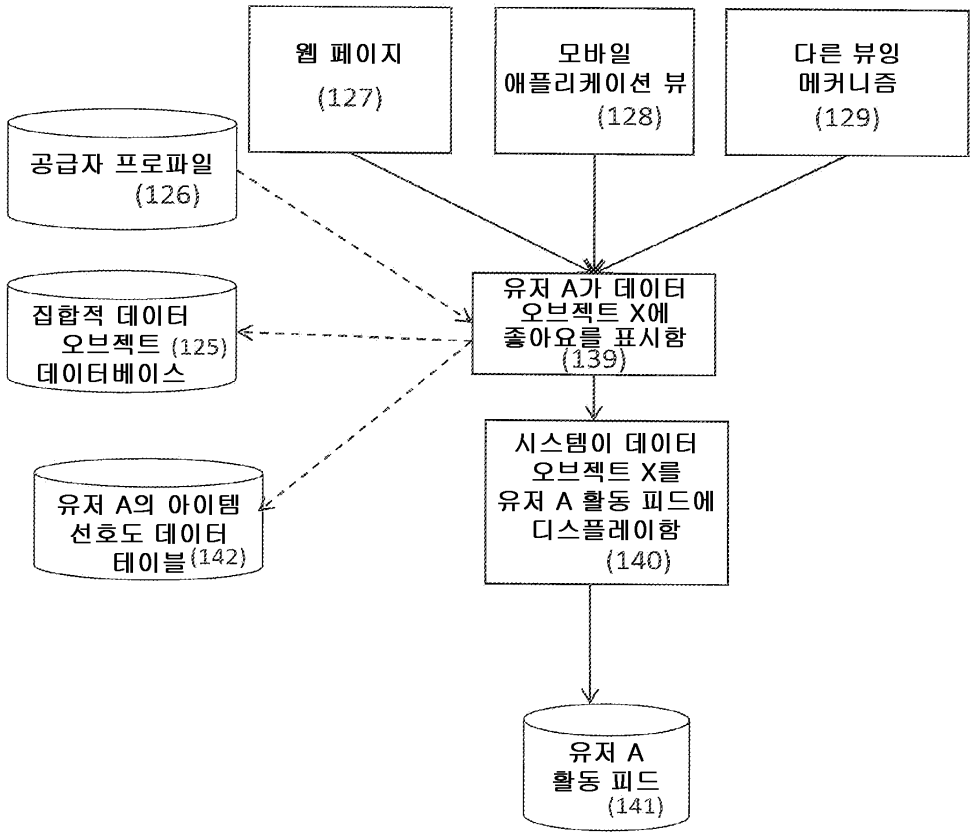
도면1b


집합적 유저 데이터 테이블 (117)
프로파일 (116)
집합적 브랜드 디렉토리 (116)
유저 선호도에 기초한 필터 (118)
업데이트 (122)
업데이트 없음 (123)
소비자가 커스터마이징 한 데이터 테이블 (119)
업데이트를 위한 시스템 질의 데이터 테이블 (121)
소비자가 커스터마이징한 데이터 테이블을 디스플레이함 (120)

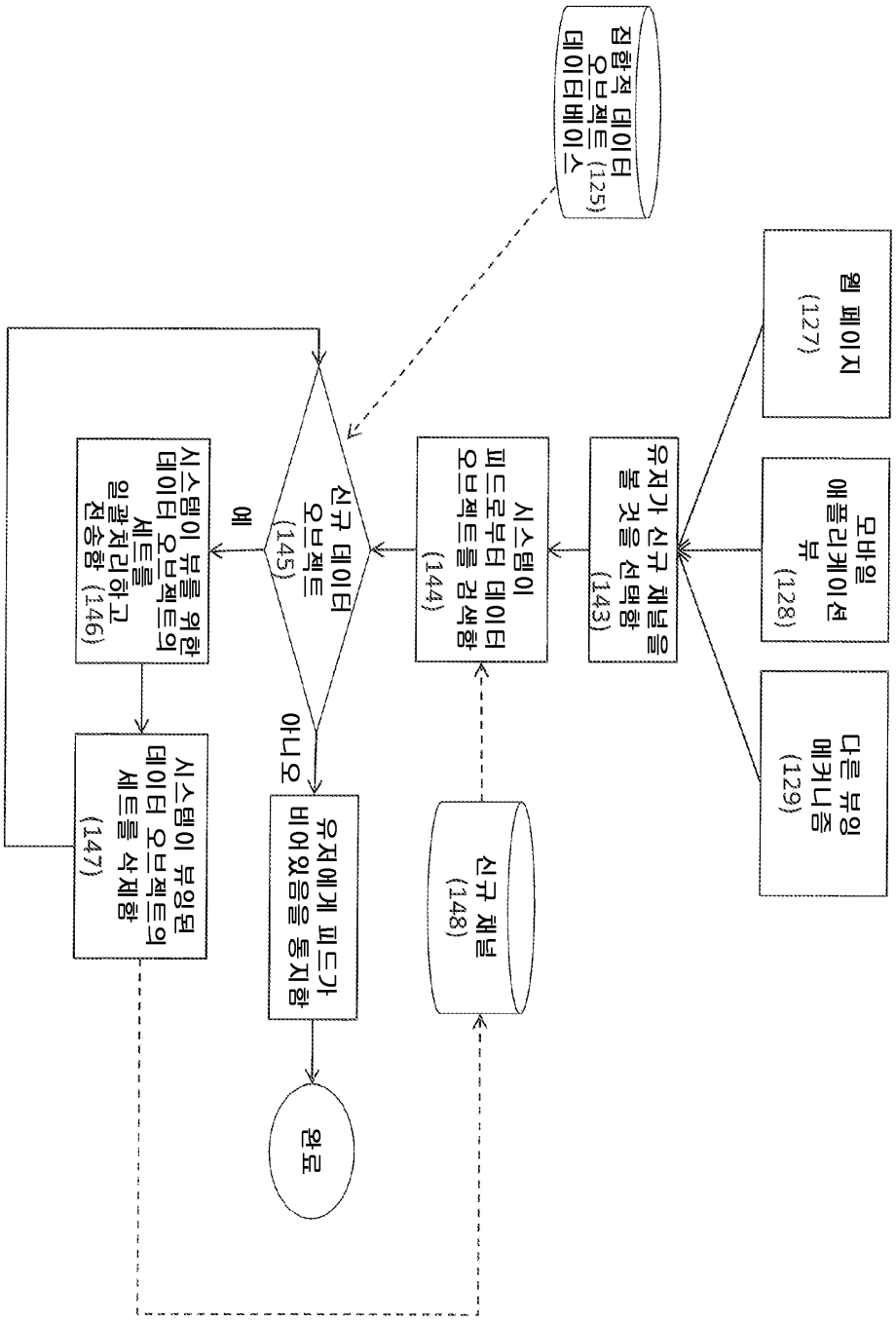
도면1c


유저 A 활동 피드 (135)
전역적 추적 데이터베이스 (133)
집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스 (125)
공급자 프로파일 (126)
웹 페이지 (127)
모바일 애플리케이션 뷰 (128)
다른 뷰잉 메커니즘 (129)
완료
없음
팔로어
예
유저 A가 데이터 오브젝트 X를 팔로우함 (130)
파생 데이터 오브젝트 X'이 생성됨 (131)
연관성이 생성됨: [유저 A-데이터 오브젝트 X-데이터 오브젝트 X'] (132)
유저 A가 데이터세트를 팔로우함 (134)
예
더 많은 연관성?
아니오
완료
시스템이 데이터 오브젝트 X'을 팔로어(들)에게 디스플레이함 (137)
신규 채널 (136)

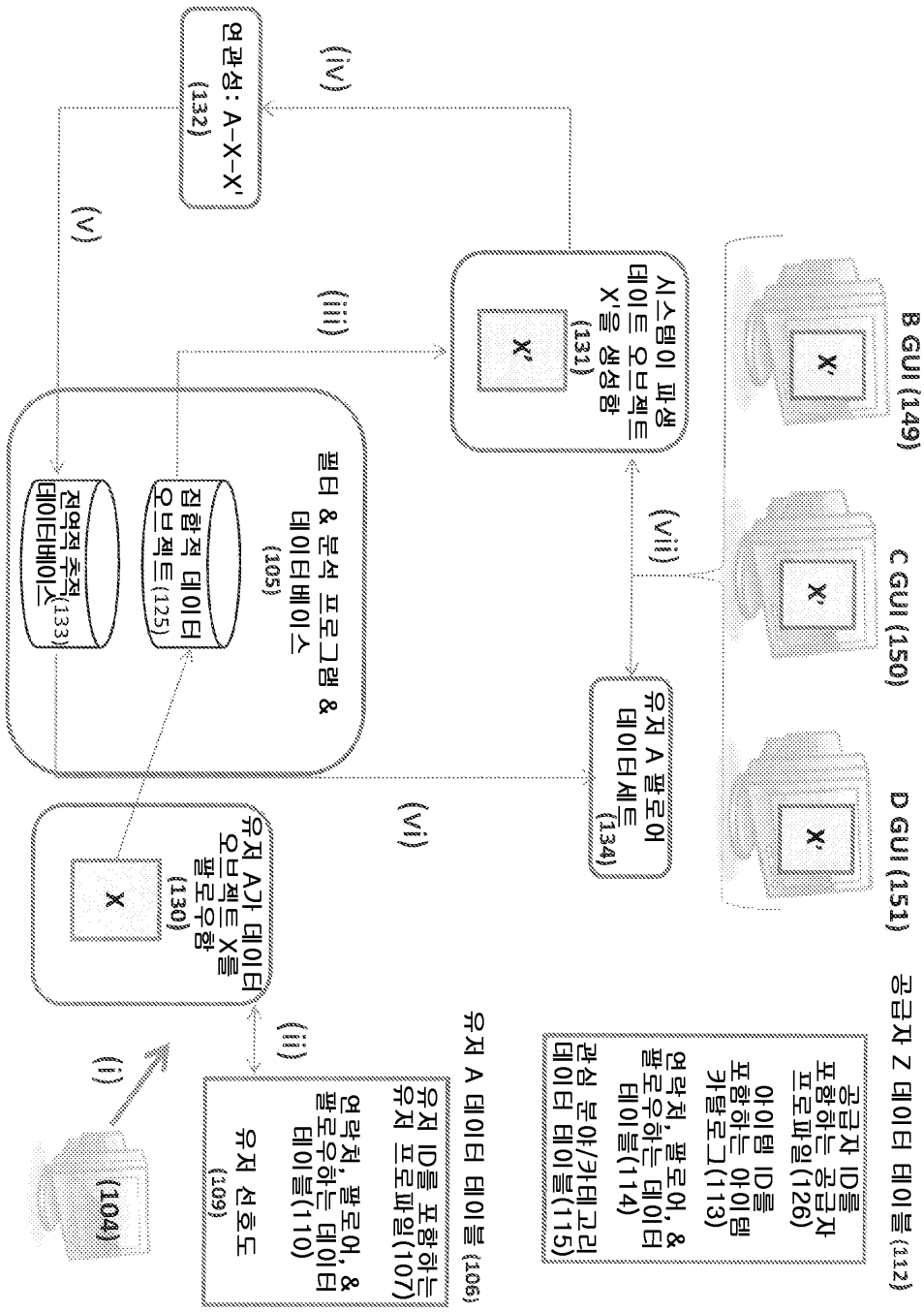
도면1d


웹 페이지
(127)
모바일
애플리케이션 뷰
(128)
다른 뷰잉
메커니즘
(129)
공급자 프로파일
(126)
집합적 데이터
오브젝트 (125)
데이터베이스
유저 A가 데이터
오브젝트 X에
좋아요를 표시함
(139)
유저 A의 아이템
선호도 데이터
테이블 (142)
시스템이 데이터
오브젝트 X를
유저 A 활동 피드에
디스플레이함
(140)
유저 A
활동 피드
(141)

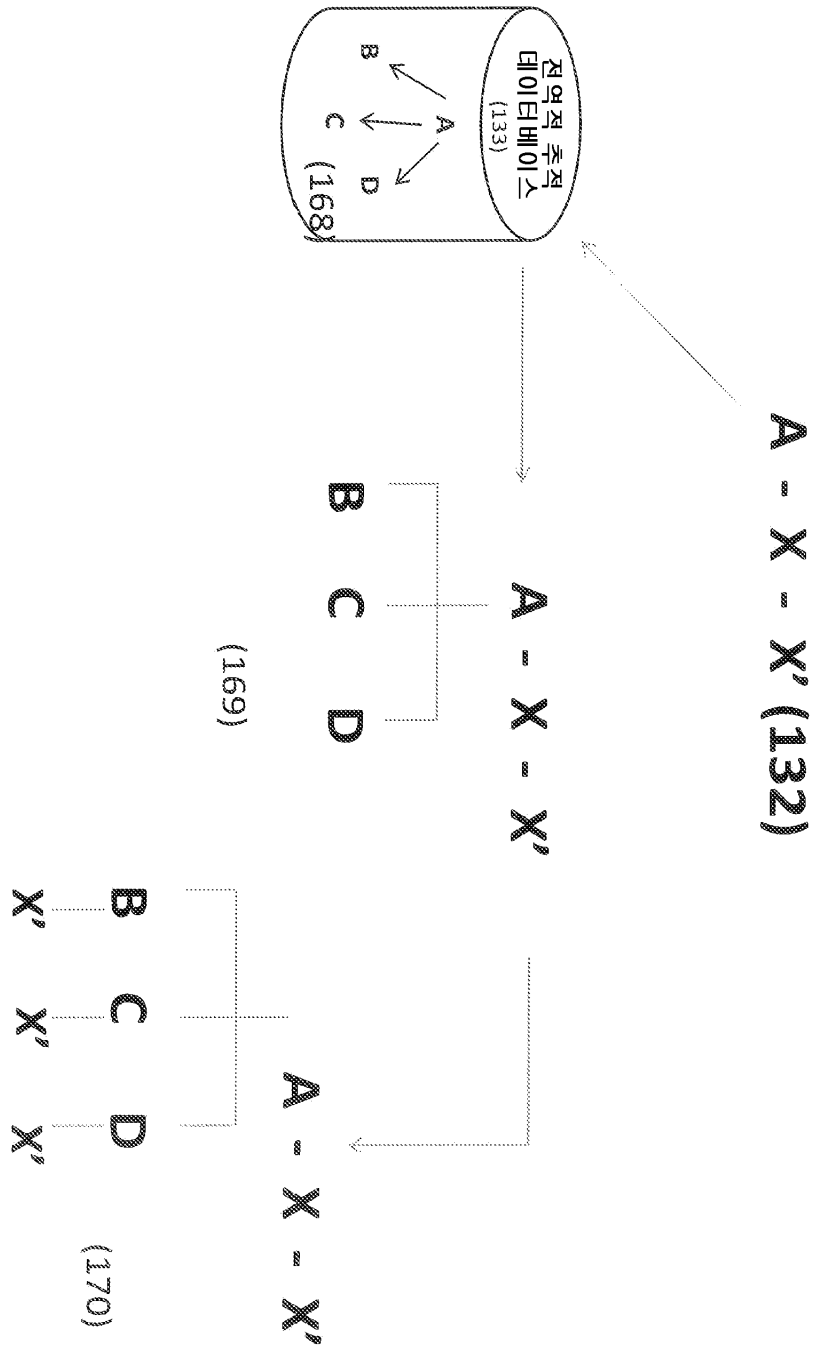
도면1e


집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스 (125)
웹 페이지 (127)
모바일 애플리케이션 뷰 (128)
다른 뷰잉 메커니즘 (129)
유저가 신규 채널을 볼 것을 선택함 (143)
시스템이 피드로부터 데이터 오브젝트를 검색함 (144)
신규 데이터 오브젝트 (145)
예
시스템이 뷰를 위한 데이터 오브젝트의 세트를 일괄처리하고 전송함 (146)
아니오
유저에게 피드가 비어있음을 통지함
시스템이 뷰잉된 데이터 오브젝트의 세트를 삭제함 (147)
신규 채널 (148)
완료

도면1f


B GUI (149)
C GUI (150)
D GUI (151)
X'
공급자 Z 데이터 테이블 (112)
공급자 ID를 포함하는 공급자 프로파일 (126)
아이템 ID를 포함하는 아이템 카탈로그 (113)
연락처, 팔로어, & 팔로우하는 데이터 테이블 (114)
관심 분야/카테고리 데이터 테이블 (115)
시스템이 파생 데이트 오브젝트 X'을 생성함 (131)
(iii)
(iv)
(v)
(vi)
(vii)
연관성: A-X-X' (132)
필터 & 분석 프로그램 & 데이터베이스 (105)
집합적 데이터 오브젝트 (125)
전역적 추적 데이터베이스 (133)
유저 A 팔로어 데이터세트 (134)
유저 A가 데이터 오브젝트 X를 팔로우함 (130)
X
유저 A 데이터 테이블 (106)
유저 ID를 포함하는 유저 프로파일 (107)
연락처, 팔로어, & 팔로우하는 데이터 테이블 (110)
유저 선호도 (109)
(ii)
(i)
(104)

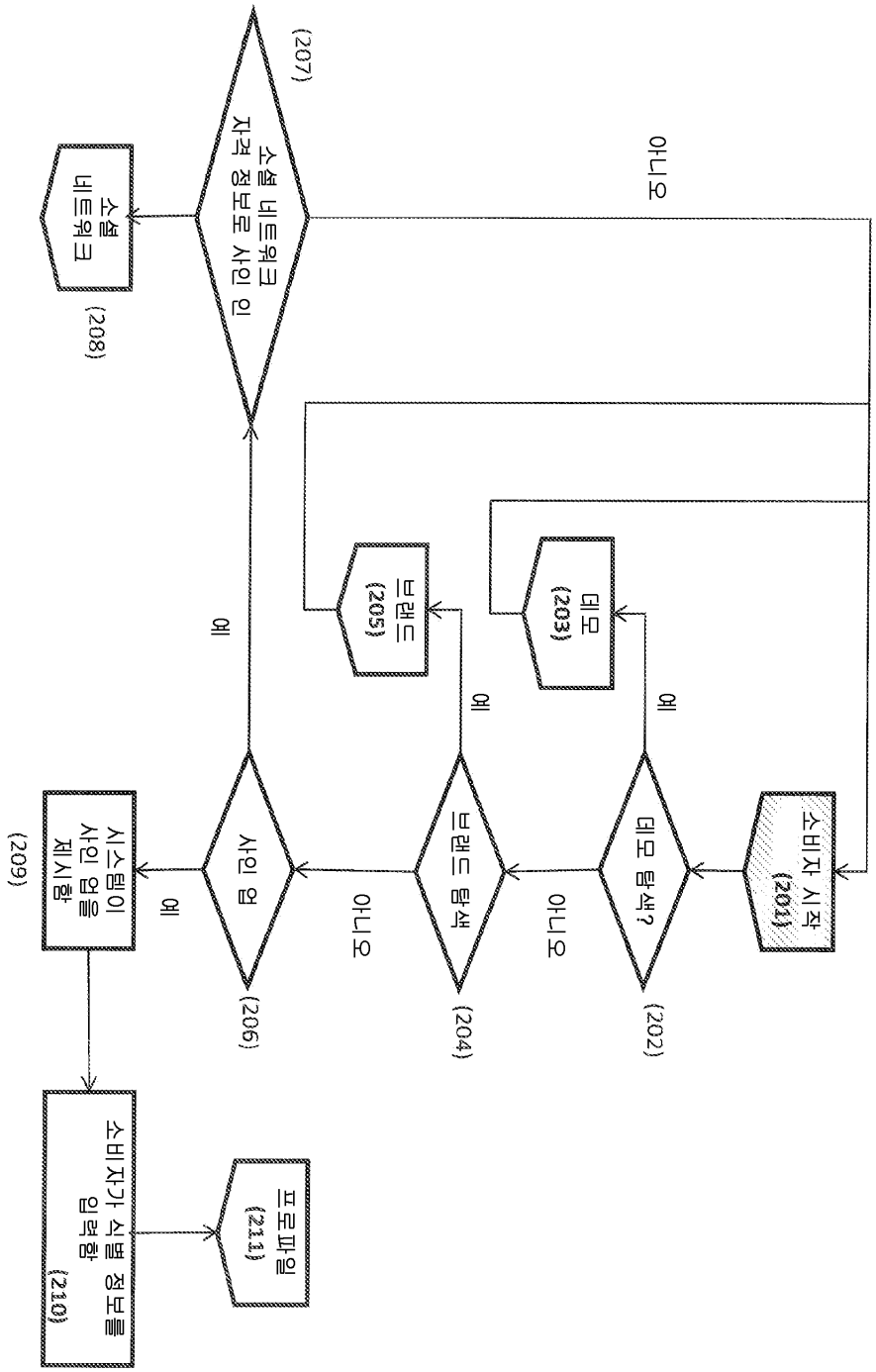
도면1g



도면1h

데이터 오브젝트 X
데이터베이스 (152)
• 아이템 X ID (153)
• X 타이틀 (154)
• X 설명 (155)
• X 가격 (156)
• X 이미지/미디어 (157)
• 해설 필드 (158)
• 공급자 ID (159)
• 카테고리 ID (160)
• 웹사이트 (161)
• 상호 작용 (171)
데이터 오브젝트 X 표현
(162)
(166)
익스트림 스포츠 캐리 백
(163)
(백 설명) (164)
10 좋아요
$152.00 (165)
(172)
(167)
코멘트 추가

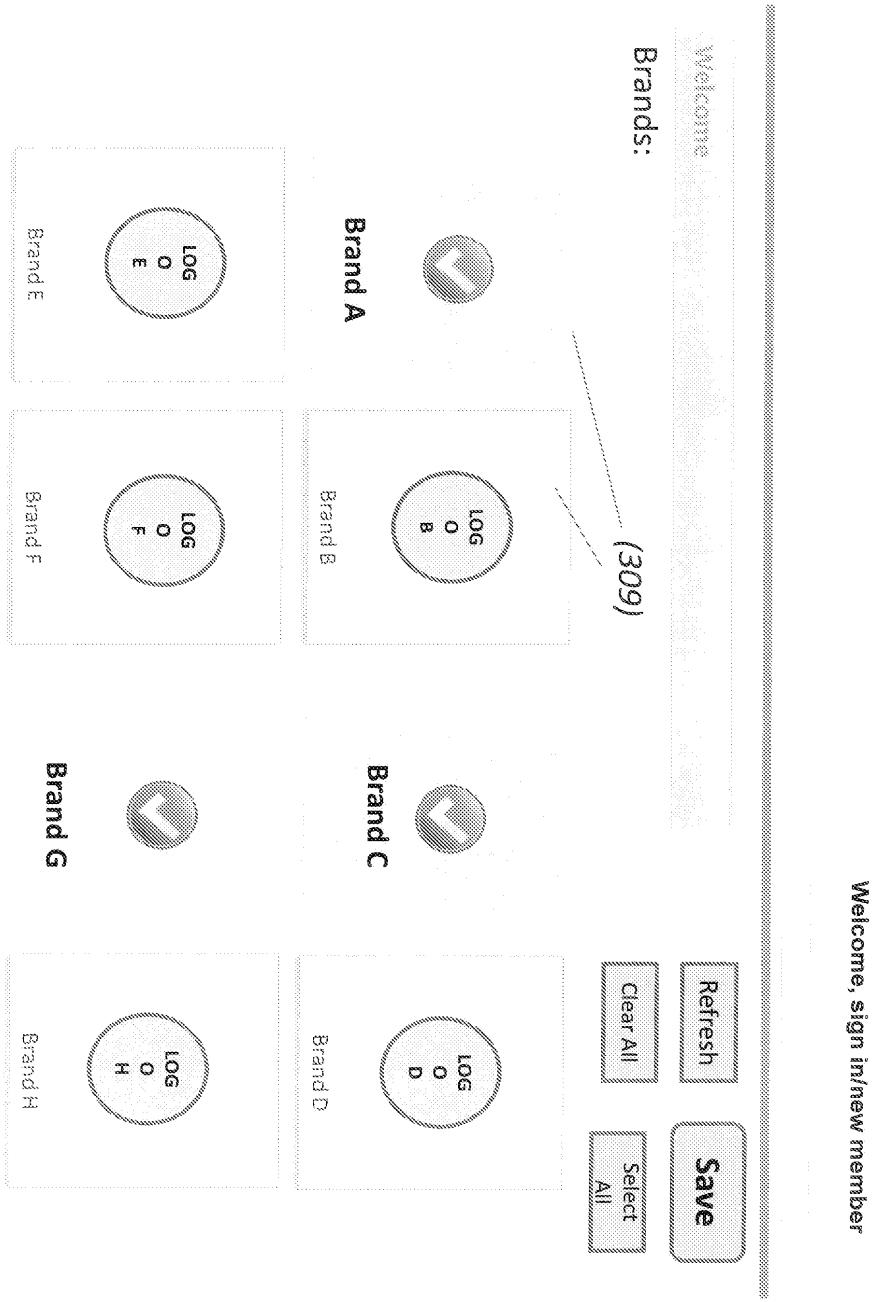
도면2a


소비자 시작
(201)
데모 탐색?
(202)
데모
(203)
예
아니오
브랜드 탐색
(204)
브랜드
(205)
예
아니오
사인 업
(206)
예
아니오
소셜 네트워크 자격 정보로 사인 인
(207)
소셜 네트워크
(208)
시스템이 사인 업을 제시함
(209)
소비자가 식별 정보를 입력함
(210)
프로파일
(211)

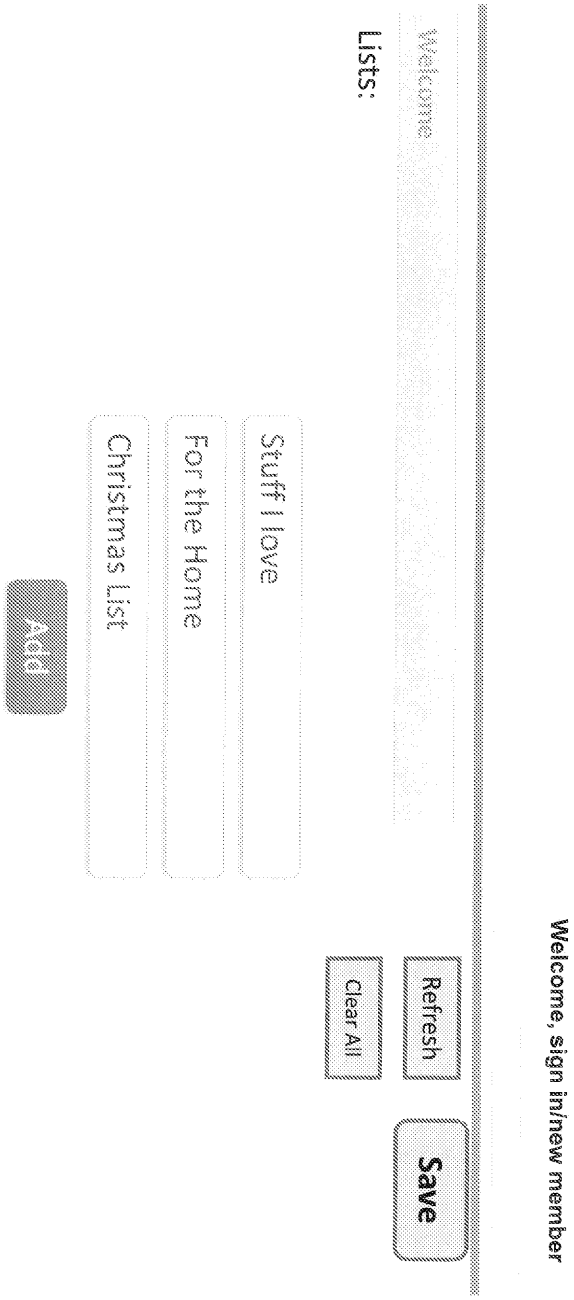
도면3a

Welcome, sign in/new member
Welcome
Interests:
(301)
Refresh
Save
Clear All
Select All
Technology
Men's Fashion
Women's Fashion
Art
Sports
Shoes
Home
Jewelry

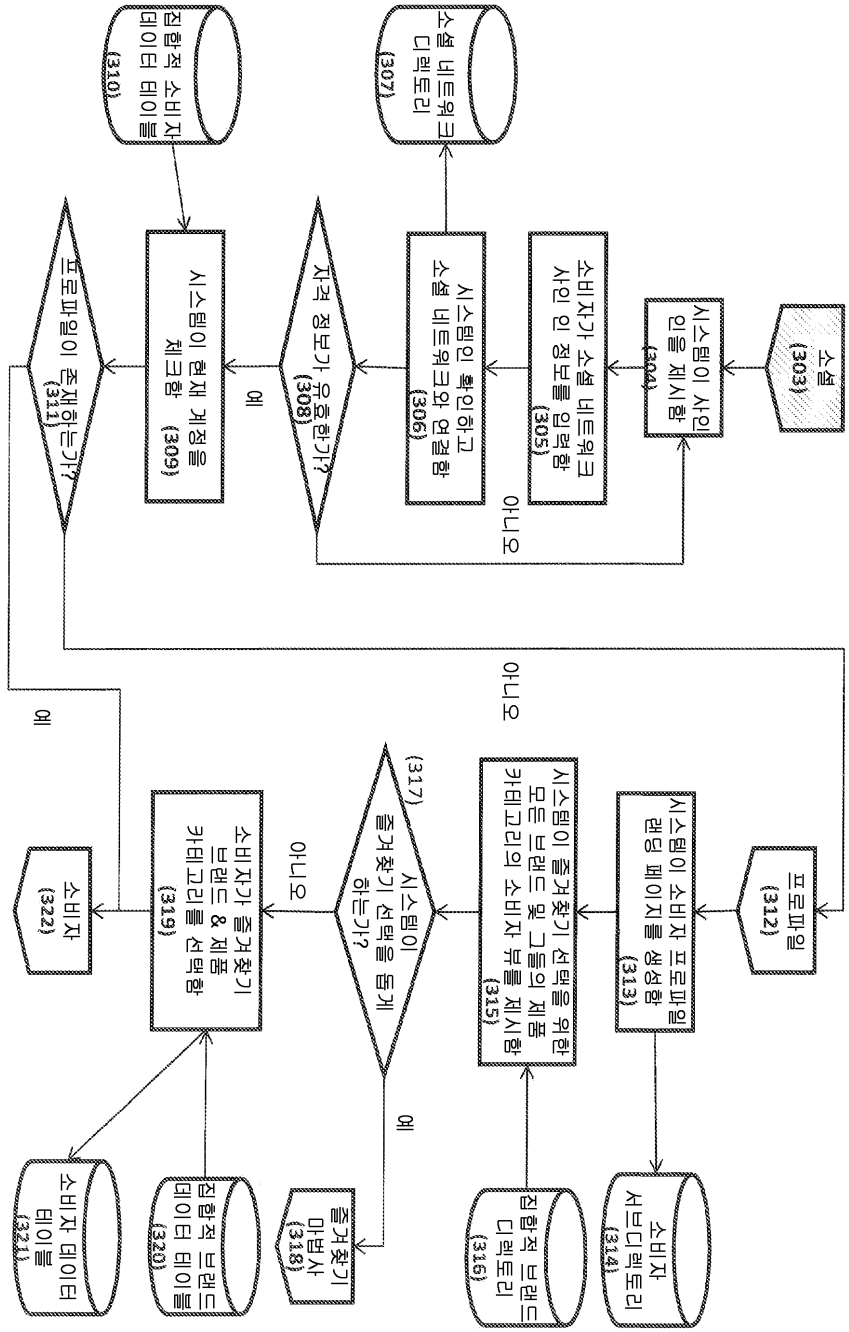
도면3b


Welcome, sign in/new member
Welcome
Brands:
(309)
Refresh
Save
Clear All
Select All
Brand A
Brand B
Brand C
Brand D
Brand E
Brand F
Brand G
Brand H
LOGO

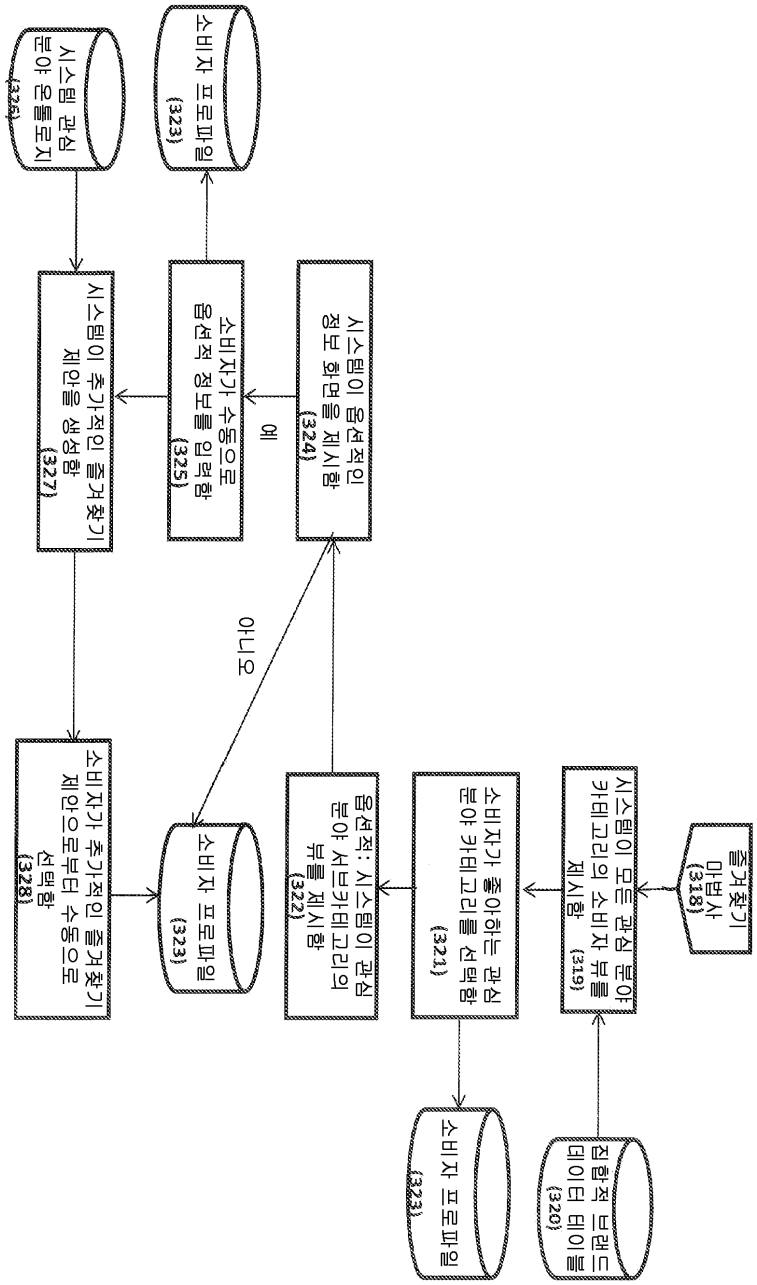
도면3c


Welcome, sign in/new member
Save
Refresh
Clear All
Lists:
Stuff I love
For the Home
Christmas List
Add

도면3d


소셜 (303)
시스템이 사인 인을 제시함 (304)
소비자가 소셜 네트워크 사인 인 정보를 입력함 (305)
시스템이 확인하고 소셜 네트워크와 연결함 (306)
소셜 네트워크 디렉토리 (307)
자격 정보가 유효한가? (308)
아니오
예
시스템이 현재 계정을 체크함 (309)
집합적 소비자 데이터 테이블 (310)
프로파일이 존재하는가? (311)
아니오
예
프로파일 (312)
시스템이 소비자 프로파일 랜딩 페이지를 생성함 (313)
소비자 서브디렉토리 (314)
시스템이 즐겨찾기 선택을 위한 모든 브랜드 및 그들의 제품 카테고리의 소비자 뷰를 제시함 (315)
집합적 브랜드 디렉토리 (316)
시스템이 즐겨찾기 선택을 돕게 하는가? (317)
아니오
예
즐겨찾기 마법사 (318)
소비자가 즐겨찾기 브랜드 & 제품 카테고리를 선택함 (319)
집합적 브랜드 데이터 테이블 (320)
소비자 (322)
소비자 데이터 테이블 (321)

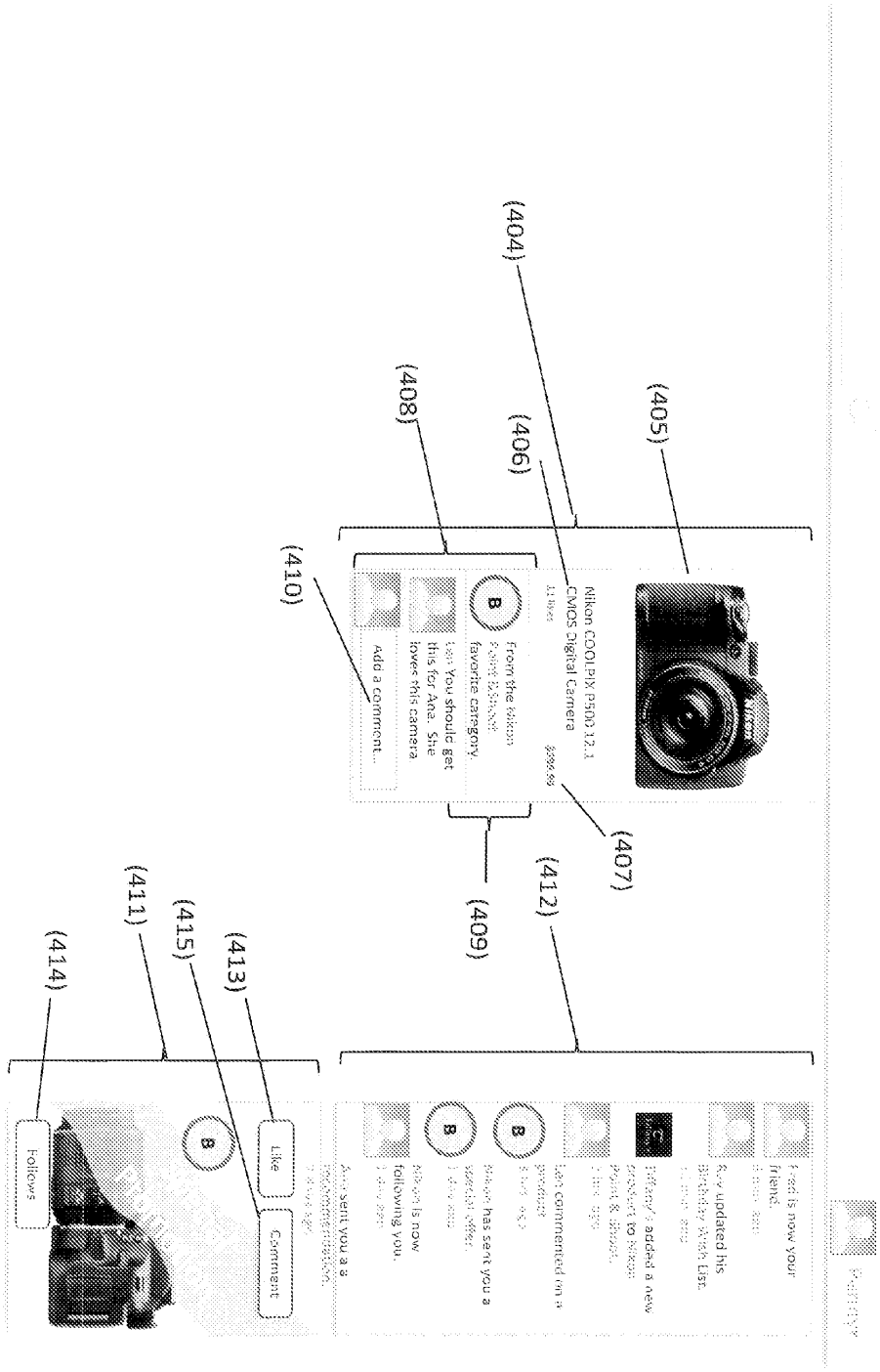
도면3e


즐겨찾기 마법사 (318)
시스템이 모든 관심 분야 카테고리의 소비자 뷰를 제시함 (319)
집합적 브랜드 데이터 테이블 (320)
소비자 프로파일 (323)
소비자가 좋아하는 관심 분야 카테고리를 선택함 (321)
옵션적: 시스템이 관심 분야 서브카테고리의 뷰를 제시 함 (322)
소비자 프로파일 (323)
소비자가 추가적인 즐겨찾기 제안으로부터 수동으로 선택함 (328)
아니오
시스템이 추가적인 즐겨찾기 제안을 생성함 (327)
소비자가 수동으로 옵션적 정보를 입력함 (325)
예
시스템이 옵션적인 정보 화면을 제시함 (324)
소비자 프로파일 (323)
시스템 관심 분야 온톨로지 (326)

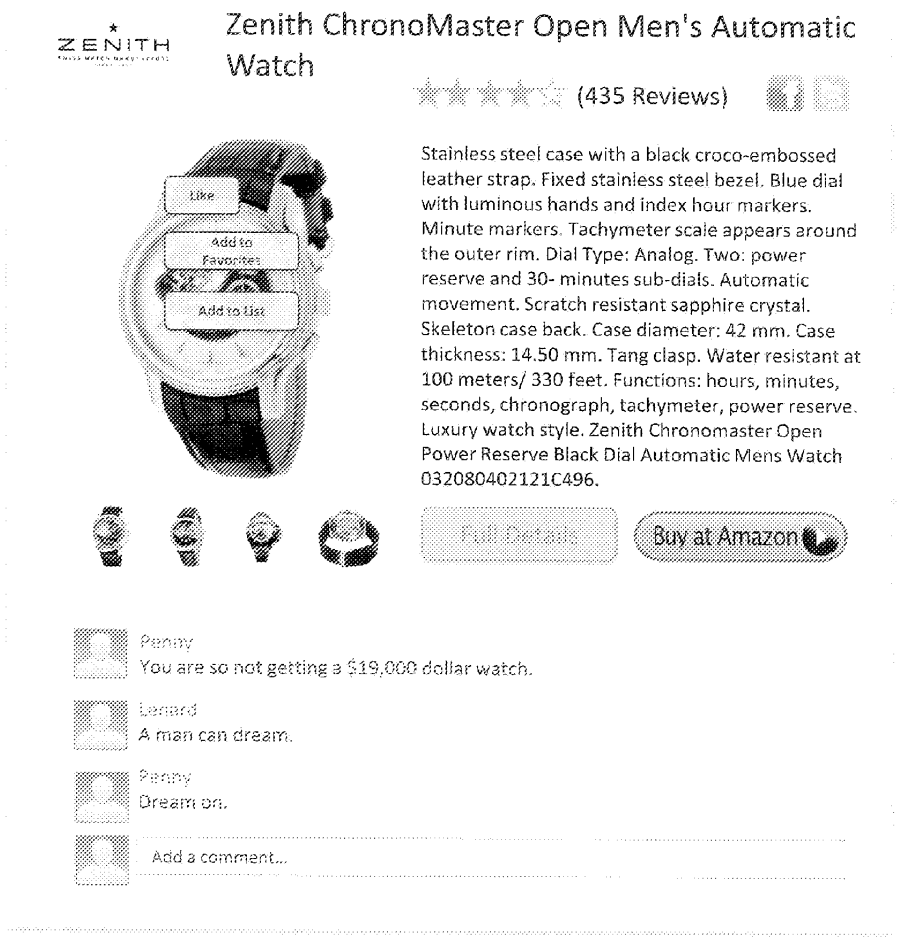
도면4a


(402)
(401)
(403)
Xtreme Sport Carry Bag
UGG Australia Women's Riley Button Boots
Hand Painted Blue Leaf Statement Necklace and Earrings
Zenith Chronometer Open Grande Date Men's Automatic ...
Nikon COOLPIX P500 12.1 CMOS Digital Camera
Jones New York Women's Collar Jacket
Nike VR Pro Line Up
Brand X

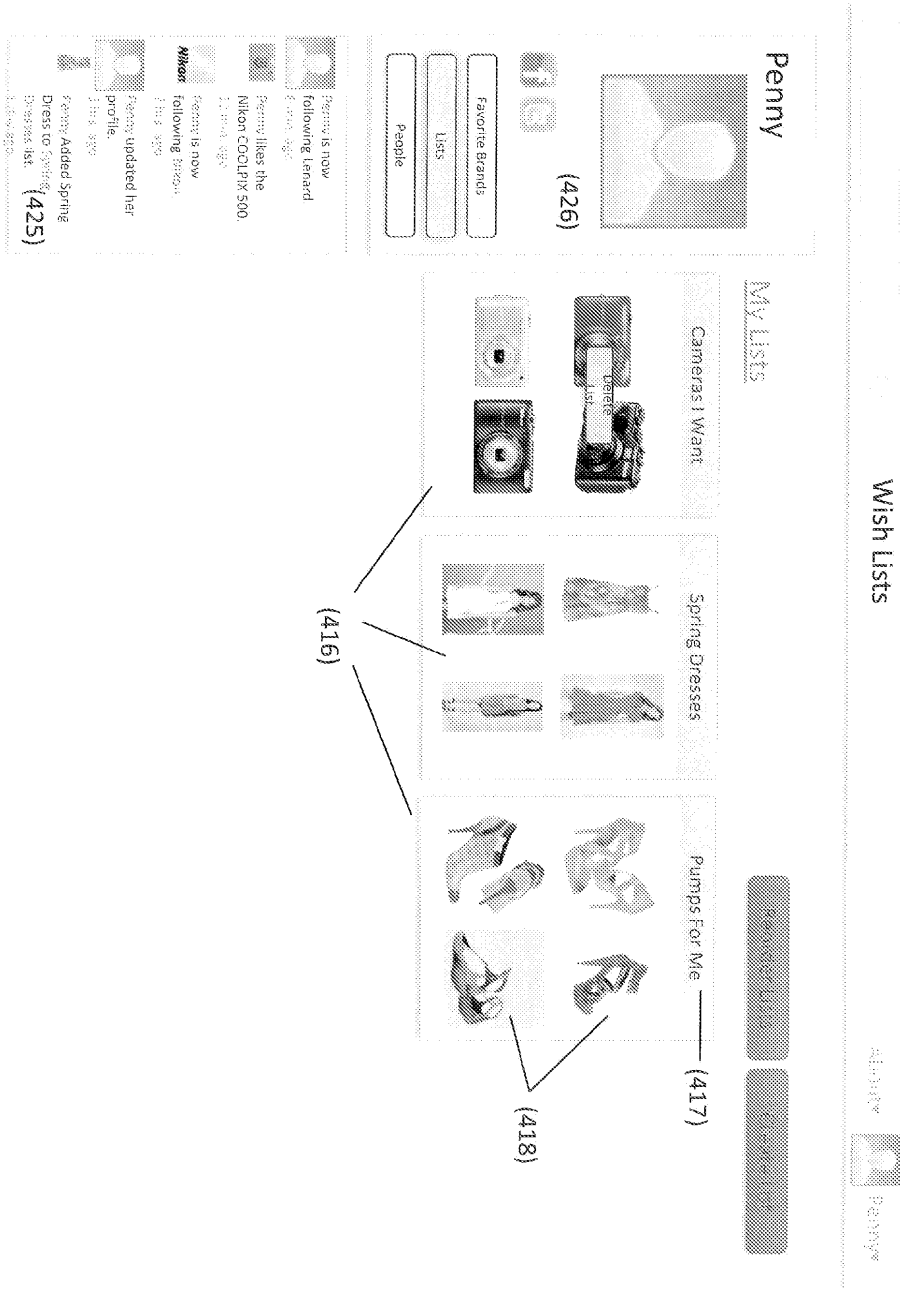
도면4b


(404)
(406)
(405)
(408)
(410)
(407)
(409)
(412)
(411)
(415)
(413)
(414)
Nikon COOLPIX P900 12.1 CMOS Digital Camera
From the Nikon favorite category.
Like
Comment
Follows

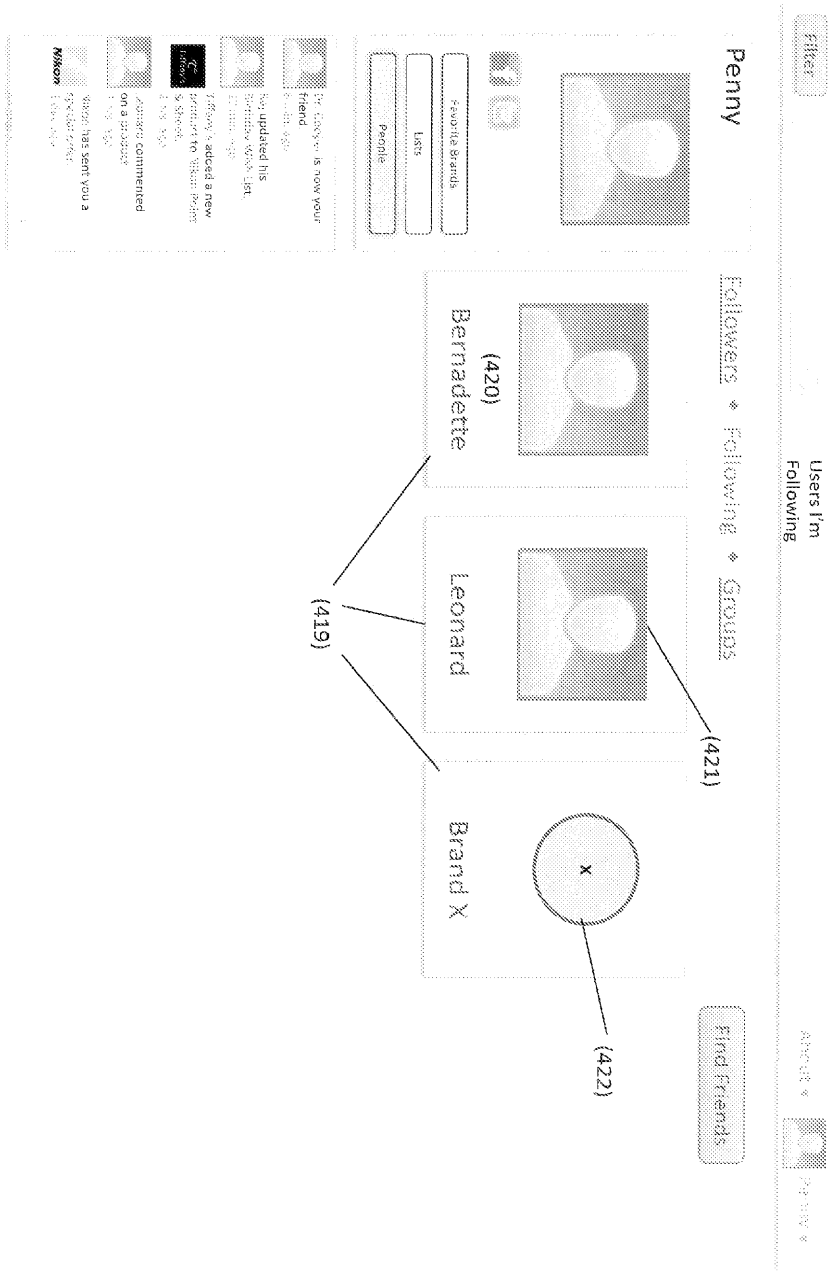
도면4c


ZENITH
Zenith ChronoMaster Open Men's Automatic Watch
(435 Reviews)
Like
Add to Favorites
Add to List
Stainless steel case with a black croco-embossed leather strap. Fixed stainless steel bezel. Blue dial with luminous hands and index hour markers. Minute markers. Tachymeter scale appears around the outer rim. Dial Type: Analog. Two: power reserve and 30- minutes sub-dials. Automatic movement. Scratch resistant sapphire crystal. Skeleton case back. Case diameter: 42 mm. Case thickness: 14.50 mm. Tang clasp. Water resistant at 100 meters/ 330 feet. Functions: hours, minutes, seconds, chronograph, tachymeter, power reserve. Luxury watch style. Zenith Chronomaster Open Power Reserve Black Dial Automatic Mens Watch 032080402121C496.
Full Details
Buy at Amazon
Penny
You are so not getting a $19,000 dollar watch.
Leonard
A man can dream.
Penny
Dream on.
Add a comment...

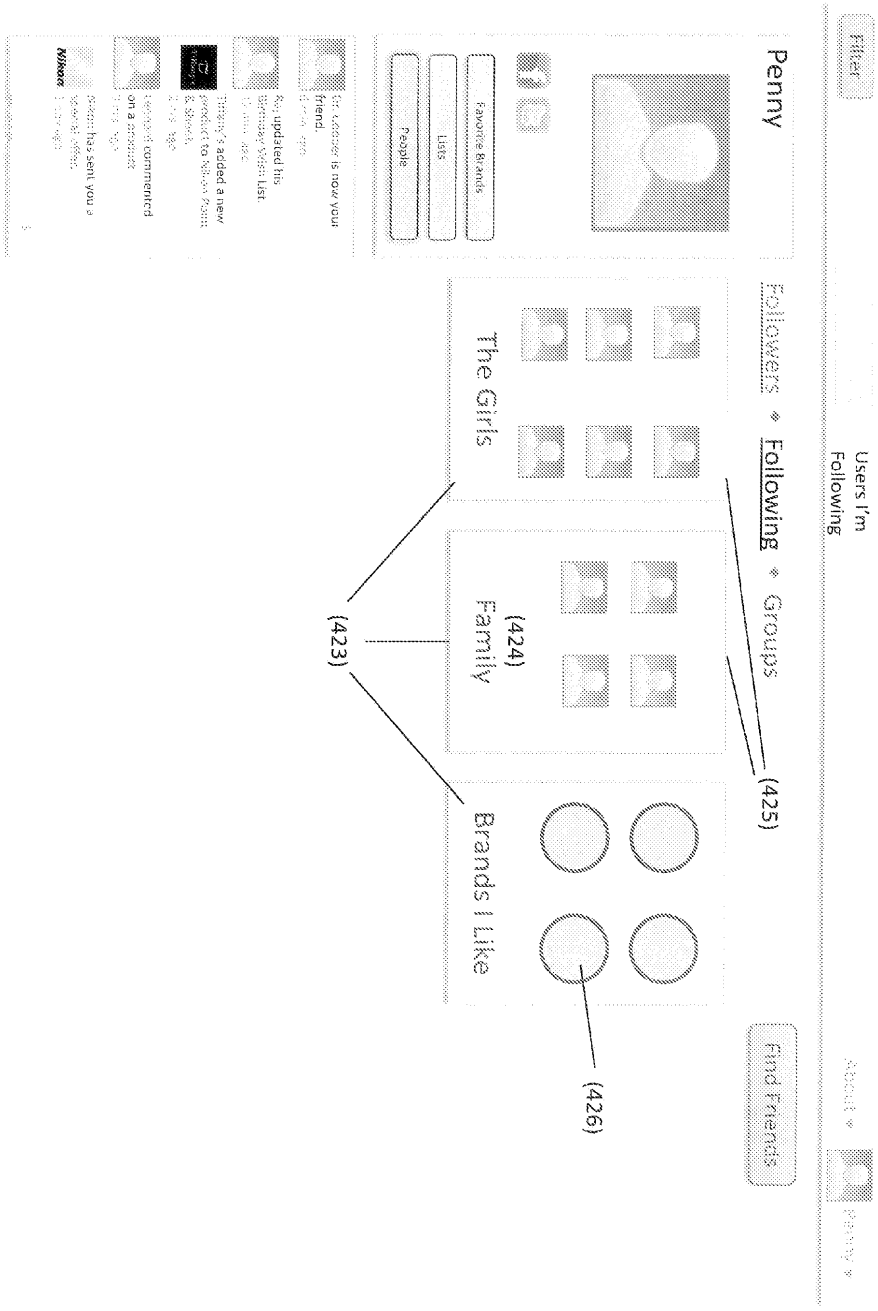
도면4d


Wish Lists
Penny
My Lists
Cameras I Want
Spring Dresses
Pumps For Me
(416)
(417)
(418)
Penny
(426)
Favorite Brands
Lists
People
Penny is now following Lenard
Penny likes the Nikon COOLPIX 500.
Penny is now following
Penny updated her profile.
Penny Added Spring Dress to
(425)

도면4e


Filter
Users I'm Following
Penny
Followers
Following
Groups
Bernadette
(420)
Leonard
Brand X
Find Friends
(419)
(421)
(422)

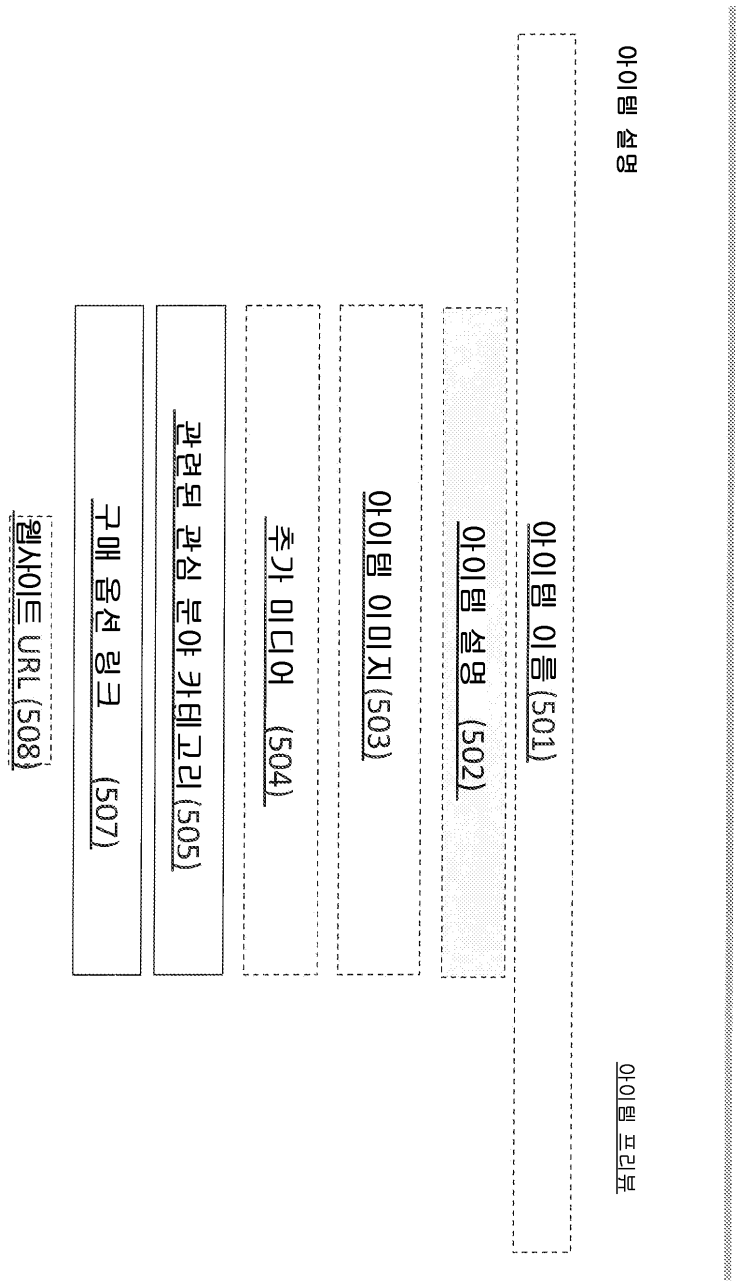
도면4f


Penny
Favorite Brands
Lists
People
Followers
Following
Groups
Users I'm Following
The Girls
(424)
Family
Brands I Like
(423)
(425)
(426)
Find Friends

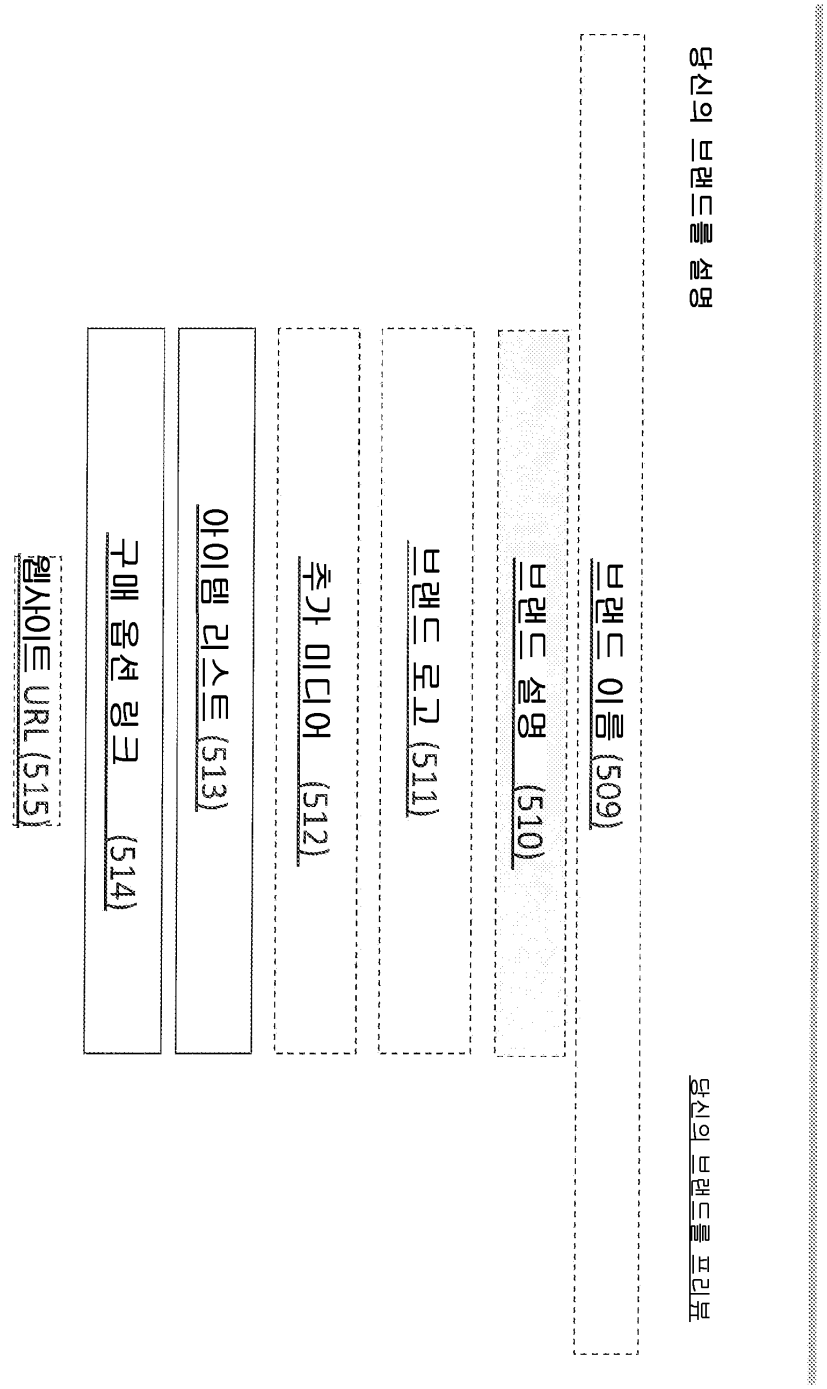
도면5a

Fill out the sections below to define your brand
Brand Name
Brand Website
Product Lists
Upload Your Brand Logos
click to upload
click to upload
click to upload

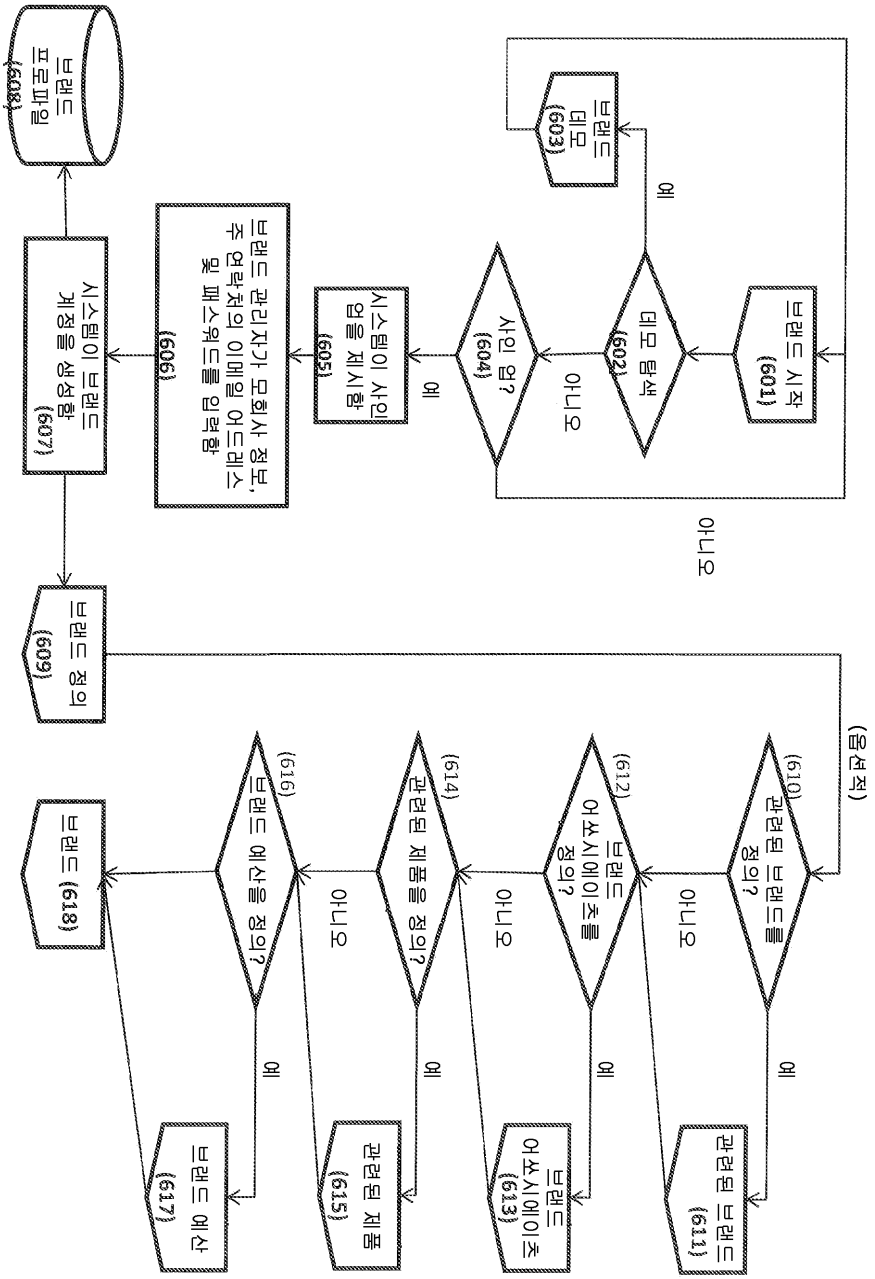
도면5b


아이템 설명
아이템 이름 (501)
아이템 설명 (502)
아이템 이미지 (503)
추가 미디어 (504)
관련된 관심 분야 카테고리 (505)
구매 옵션 링크 (507)
웹사이트 URL (508)
아이템 프로필

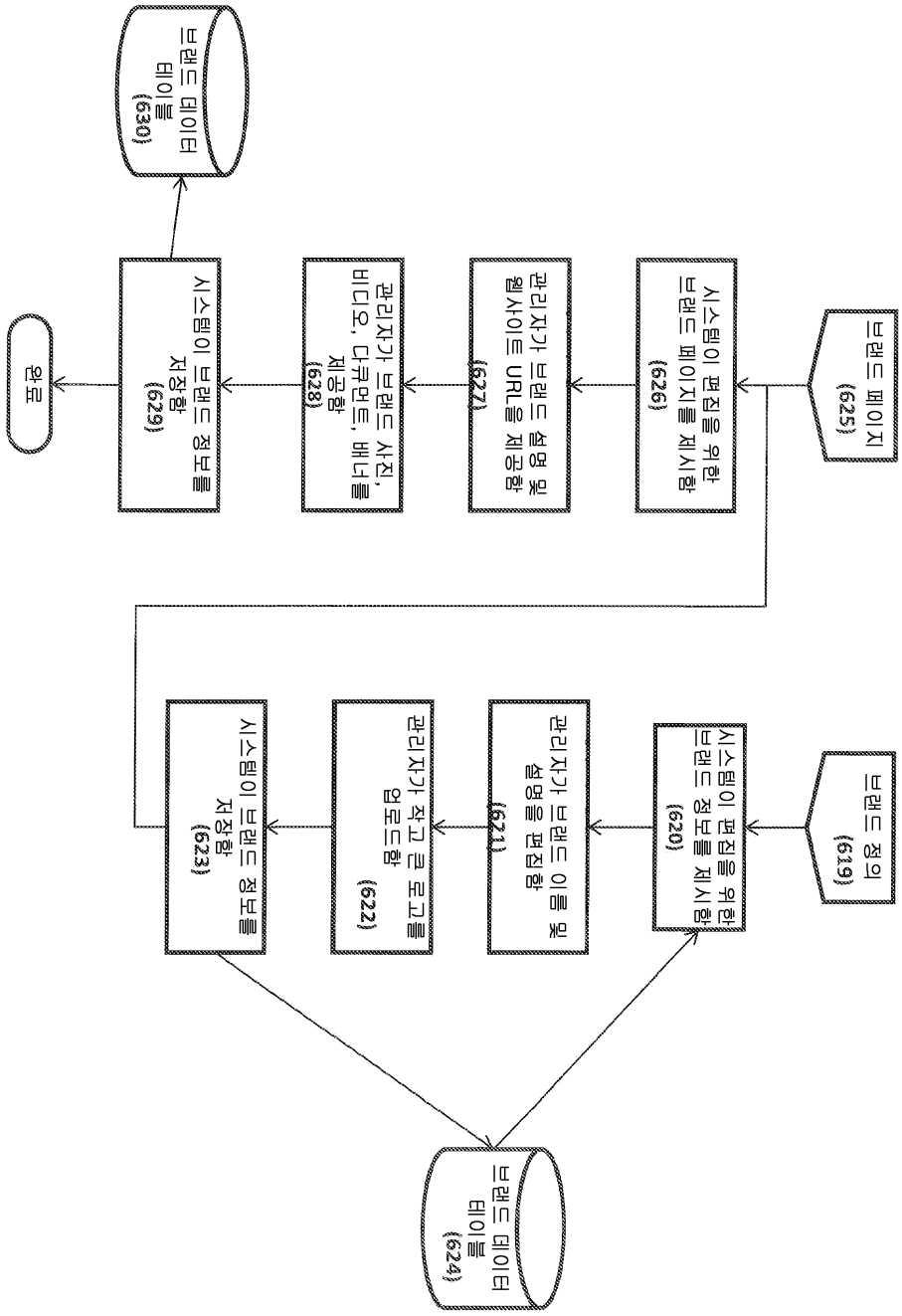
도면5c


당신의 브랜드를 설명
당신의 브랜드를 프리뷰
브랜드 이름 (509)
브랜드 설명 (510)
브랜드 로고 (511)
추가 미디어 (512)
아이템 리스트 (513)
구매 옵션 링크 (514)
웹사이트 URL (515)

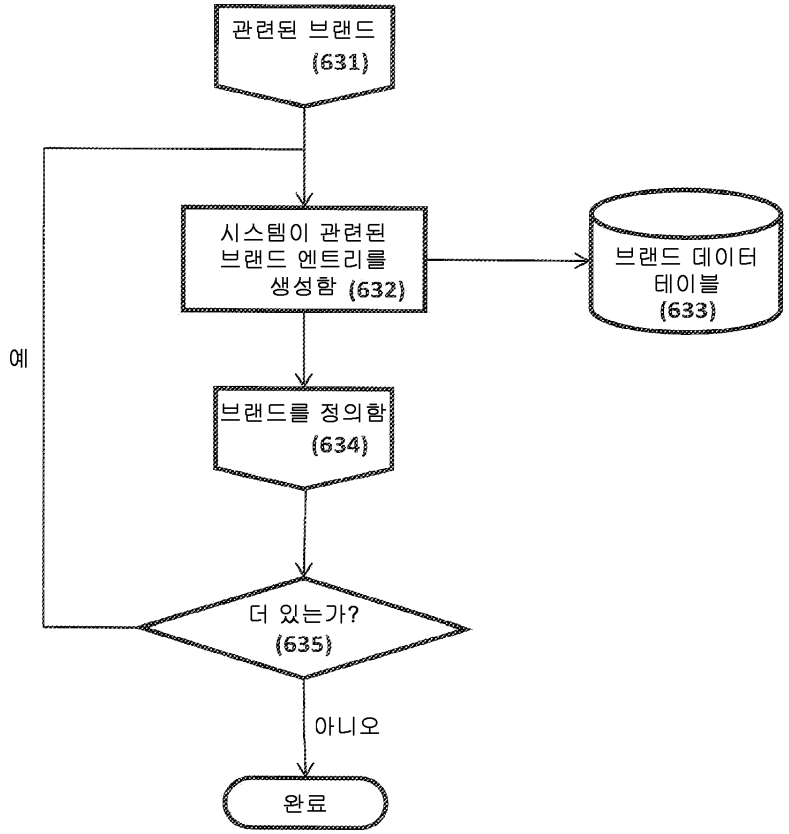
도면6a


브랜드 시작 (601)
데모 탐색 (602)
아니오
예
브랜드 데모 (603)
사인 업? (604)
아니오
예
시스템이 사인 업을 제시함 (605)
브랜드 관리자가 모회사 정보, 추 연락처의 이메일 어드레스 및 패스워드를 입력함 (606)
시스템이 브랜드 계정을 생성함 (607)
브랜드 프로파일 (608)
브랜드 정의 (609)
(옵션적)
관련된 브랜드를 정의? (610)
아니오
예
관련된 브랜드 (611)
브랜드 어쏘시에이츠를 정의? (612)
아니오
예
브랜드 어쏘시에이츠 (613)
관련된 제품을 정의? (614)
아니오
예
관련된 제품 (615)
브랜드 예산을 정의? (616)
아니오
예
브랜드 예산 (617)
브랜드 (618)

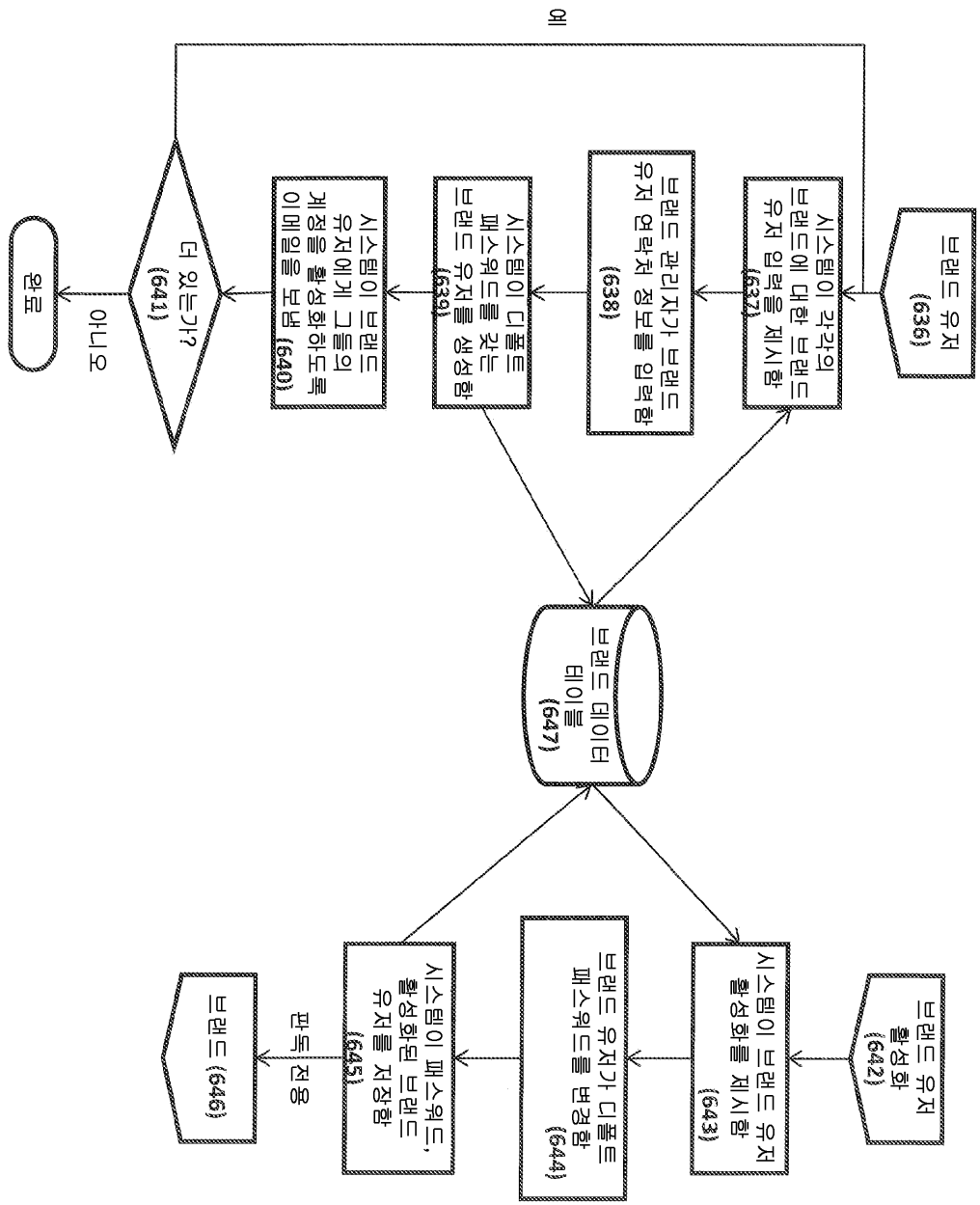
도면6b


브랜드 데이터 테이블 (630)
시스템이 브랜드 정보를 저장함 (629)
관리자가 브랜드 사진, 비디오, 다큐먼트, 배너를 제공함 (628)
관리자가 브랜드 설명 및 웹사이트 URL을 제공함 (627)
시스템이 편집을 위한 브랜드 페이지를 제시함 (626)
브랜드 페이지 (625)
완료
시스템이 브랜드 정보를 저장함 (623)
관리자가 작고 큰 로고를 업로드함 (622)
관리자가 브랜드 이름 및 설명을 편집함 (621)
시스템이 편집을 위한 브랜드 정보를 제시함 (620)
브랜드 정의 (619)
브랜드 데이터 테이블 (624)

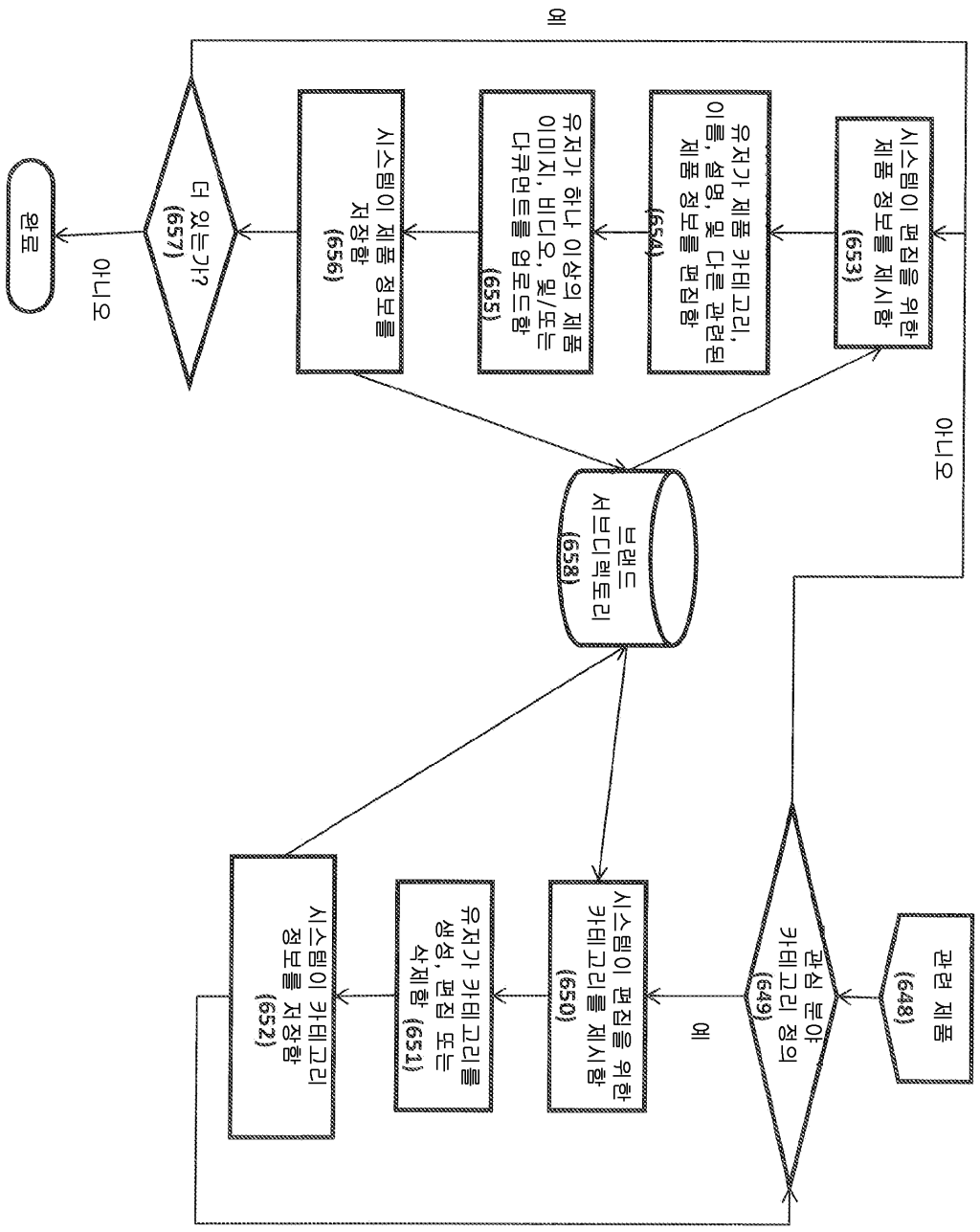
도면6c


관련된 브랜드
(631)
시스템이 관련된
브랜드 엔트리를
생성함 (632)
브랜드 데이터
테이블
(633)
예
브랜드를 정의함
(634)
더 있는가?
(635)
아니오
완료

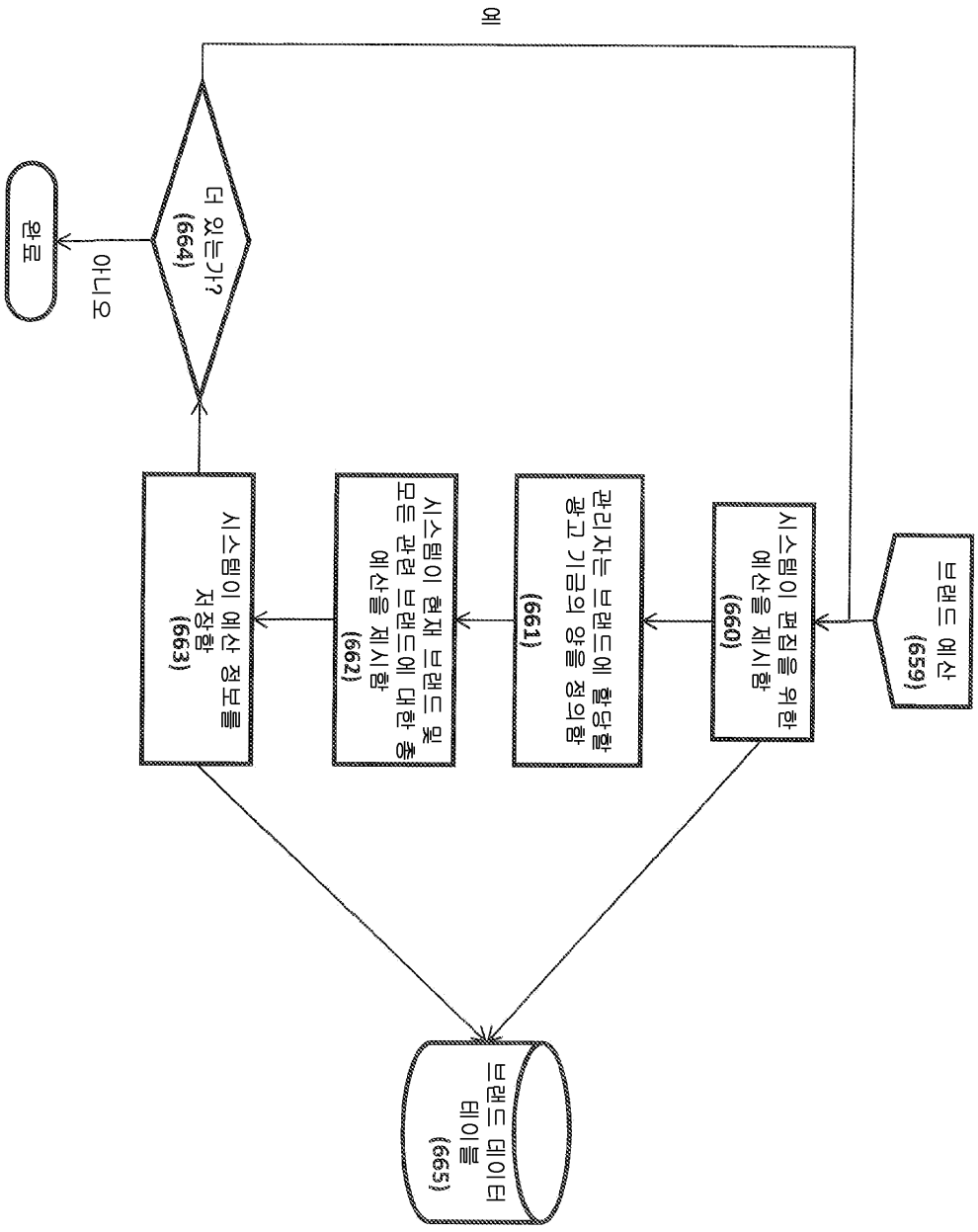
도면6d


브랜드 유저 (636)
시스템이 각각의 브랜드에 대한 브랜드 유저 입력을 제시함 (637)
브랜드 관리자가 브랜드 유저 연락처 정보를 입력함 (638)
시스템이 디폴트 패스워드를 갖는 브랜드 유저를 생성함 (639)
시스템이 브랜드 유저에게 그들의 계정을 활성화하도록 이메일을 보냄 (640)
더 있는가? (641)
예
아니오
완료
브랜드 데이터 테이블 (647)
브랜드 유저 활성화 (642)
시스템이 브랜드 유저 활성화를 제시함 (643)
브랜드 유저가 디폴트 패스워드를 변경함 (644)
시스템이 패스워드, 활성화된 브랜드 유저를 저장함 (645)
판독 전용
브랜드 (646)

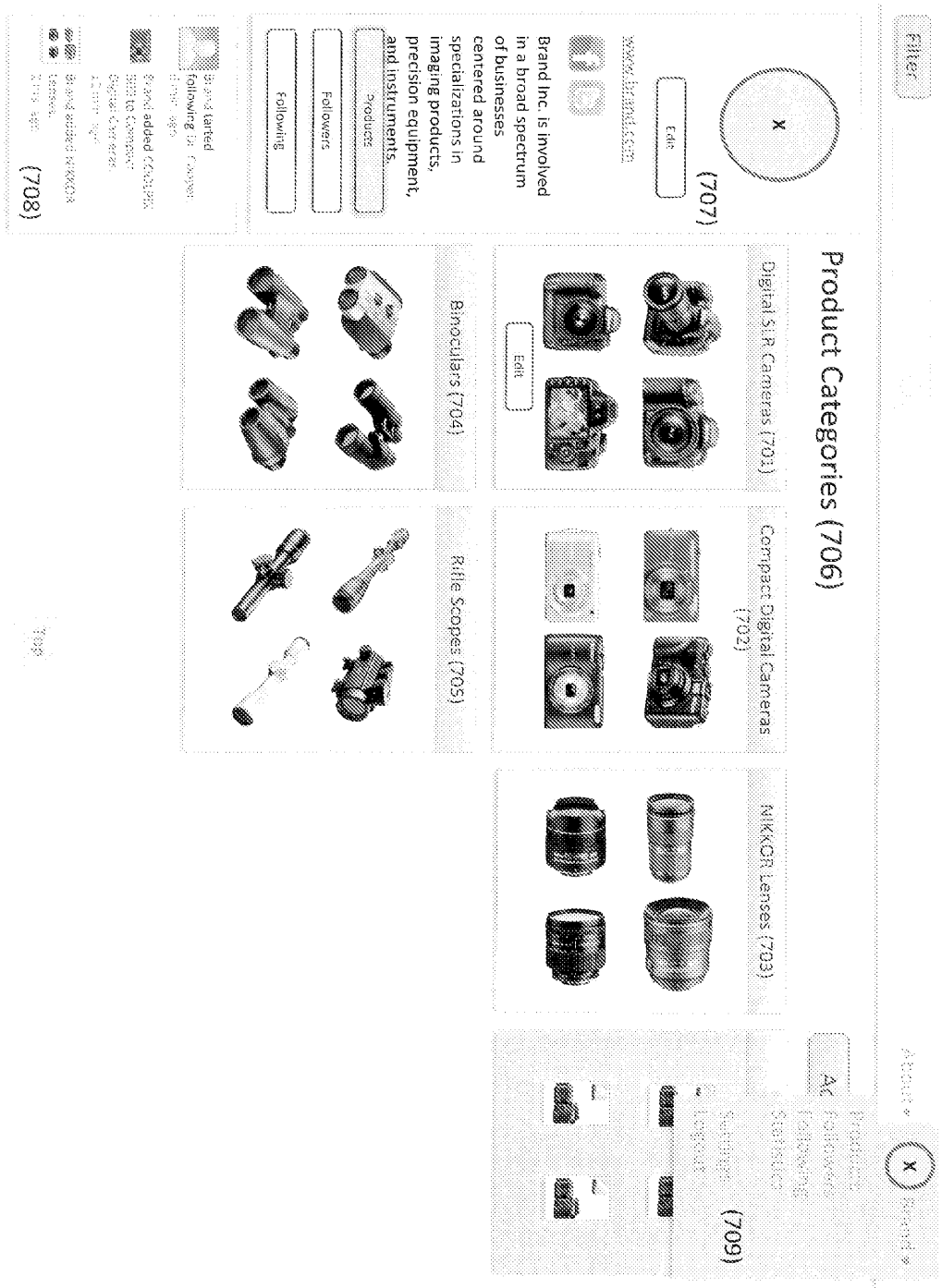
도면6e


관련 제품
(648)
관심 분야 카테고리 정의
(649)
예
시스템이 편집을 위한 카테고리를 제시함
(650)
유저가 카테고리를 생성, 편집 또는 삭제함 (651)
시스템이 카테고리 정보를 저장함
(652)
아니오
시스템이 편집을 위한 제품 정보를 제시함
(653)
유저가 제품 카테고리, 이름, 설명, 및 다른 관련된 제품 정보를 편집함
(654)
유저가 하나 이상의 제품 이미지, 비디오, 및/또는 다큐먼트를 업로드함
(655)
시스템이 제품 정보를 저장함
(656)
더 있는가?
(657)
예
아니오
완료
브랜드 서브디렉토리
(658)

도면6f


예
더 있는가?
(664)
아니오
완료
시스템이 예산 정보를 저장함
(663)
시스템이 현재 브랜드 및 모든 관련 브랜드에 대한 총 예산을 제시함
(662)
관리자는 브랜드에 할당할 광고 기금의 양을 정의함
(661)
시스템이 편집을 위한 예산을 제시함
(660)
브랜드 예산
(659)
브랜드 데이터 테이블
(665)

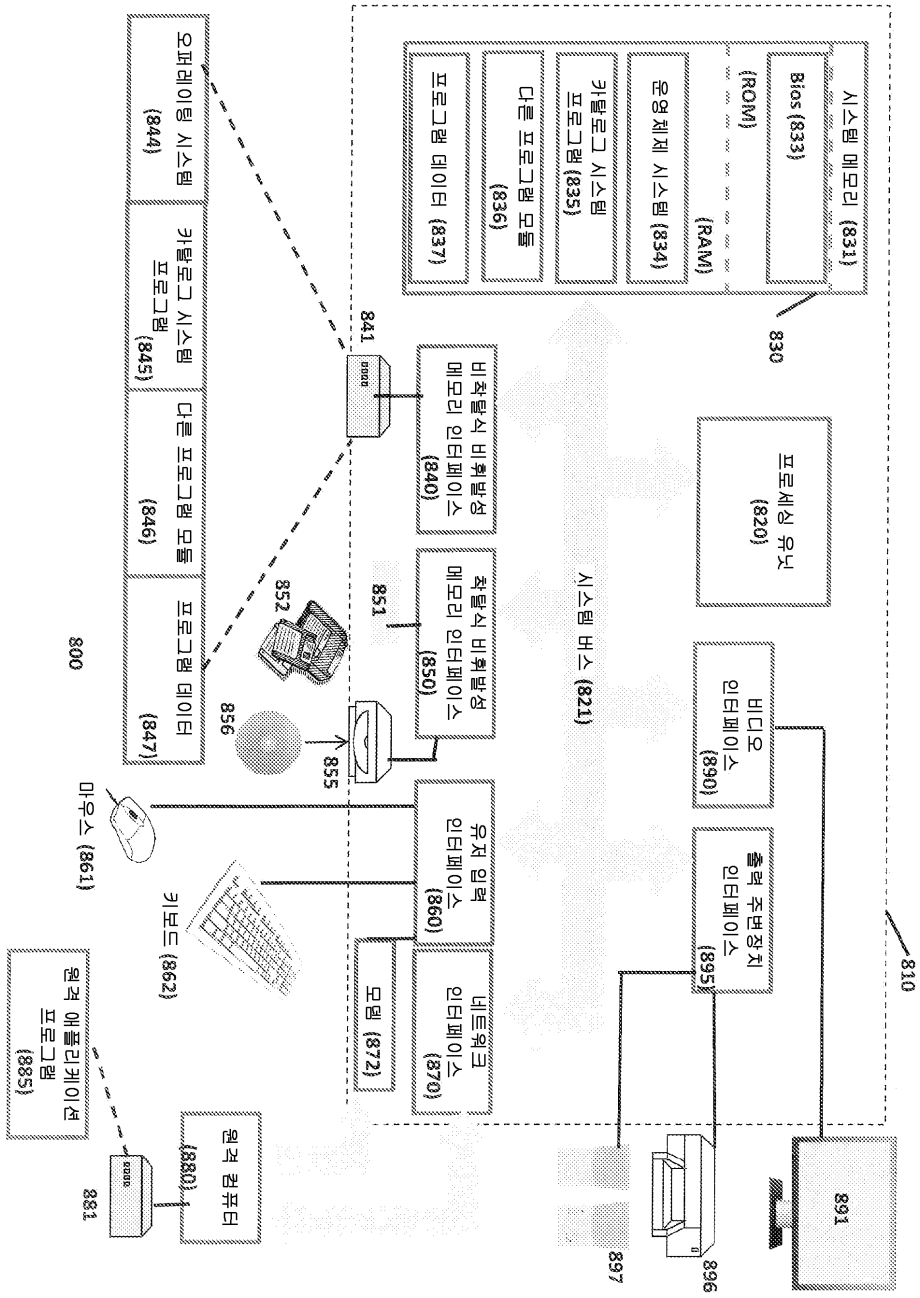
도면7a


Filter
Product Categories (706)
Digital SLR Cameras (701)
Compact Digital Cameras (702)
NIKKOR Lenses (703)
Binoculars (704)
Rifle Scopes (705)
Edit
Brand Inc. is involved in a broad spectrum of businesses centered around specializations in imaging products, precision equipment, and instruments.
Products
Followers
Following
(707)
(708)
(709)

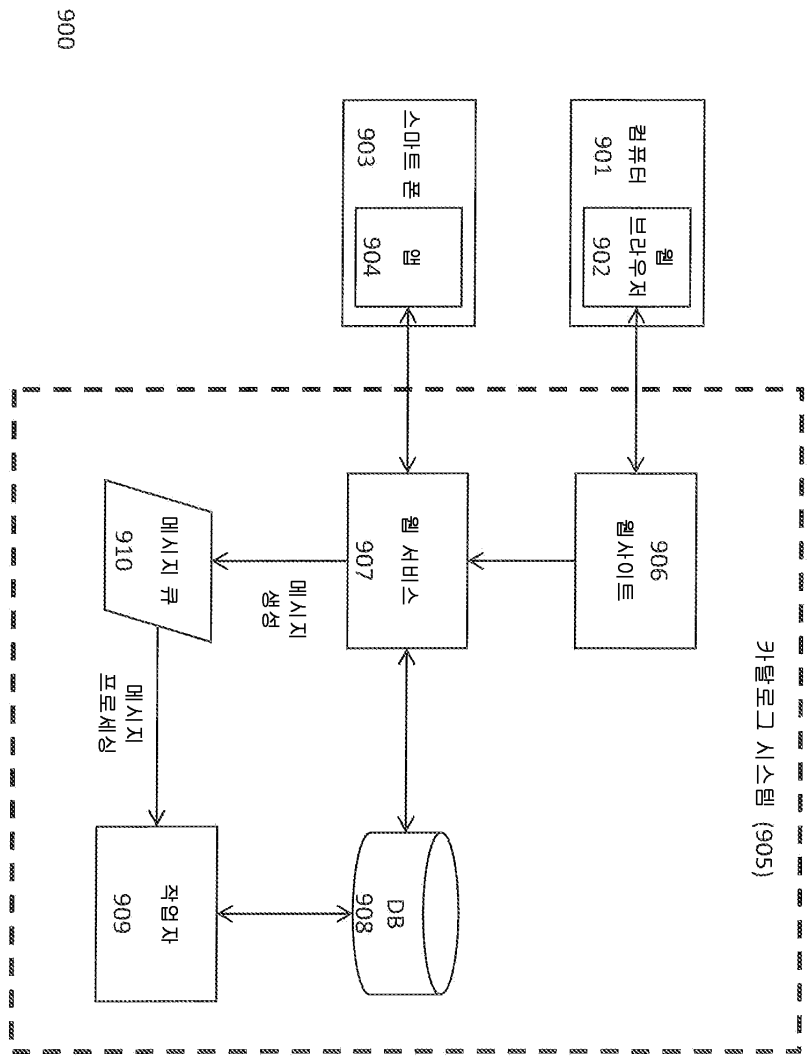
도면7b

Filter
About
Followers
Following
Groups
(710)
Bernadette
Adam
Peter
Edit
Brand Inc. is involved in a broad spectrum of businesses centered around specializations in imaging products, precision equipment, and instruments.
Products
Followers
Following

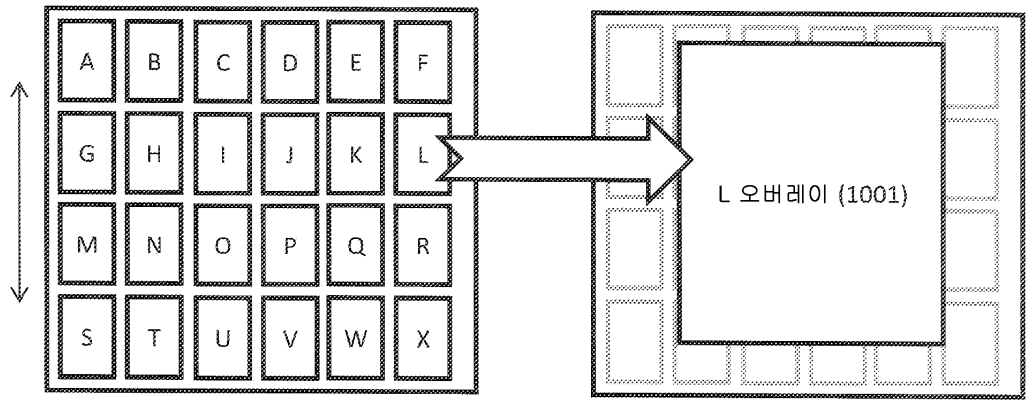
도면8


시스템 메모리 (831)
Bios (833)
(ROM)
(RAM)
운영체제 시스템 (834)
카탈로그 시스템 프로그램 (835)
다른 프로그램 모듈 (836)
프로그램 데이터 (837)
830
프로세싱 유닛 (820)
시스템 버스 (821)
비디오 인터페이스 (890)
출력 주변장치 인터페이스 (895)
네트워크 인터페이스 (870)
유저 입력 인터페이스 (860)
비착탈식 비휘발성 메모리 인터페이스 (840)
착탈식 비휘발성 메모리 인터페이스 (850)
모뎀 (872)
841
851
852
855
856
800
810
891
896
897
오퍼레이팅 시스템 (844)
카탈로그 시스템 프로그램 (845)
다른 프로그램 모듈 (846)
프로그램 데이터 (847)
마우스 (861)
키보드 (862)
원격 애플리케이션 프로그램 (885)
881
원격 컴퓨터 (880)

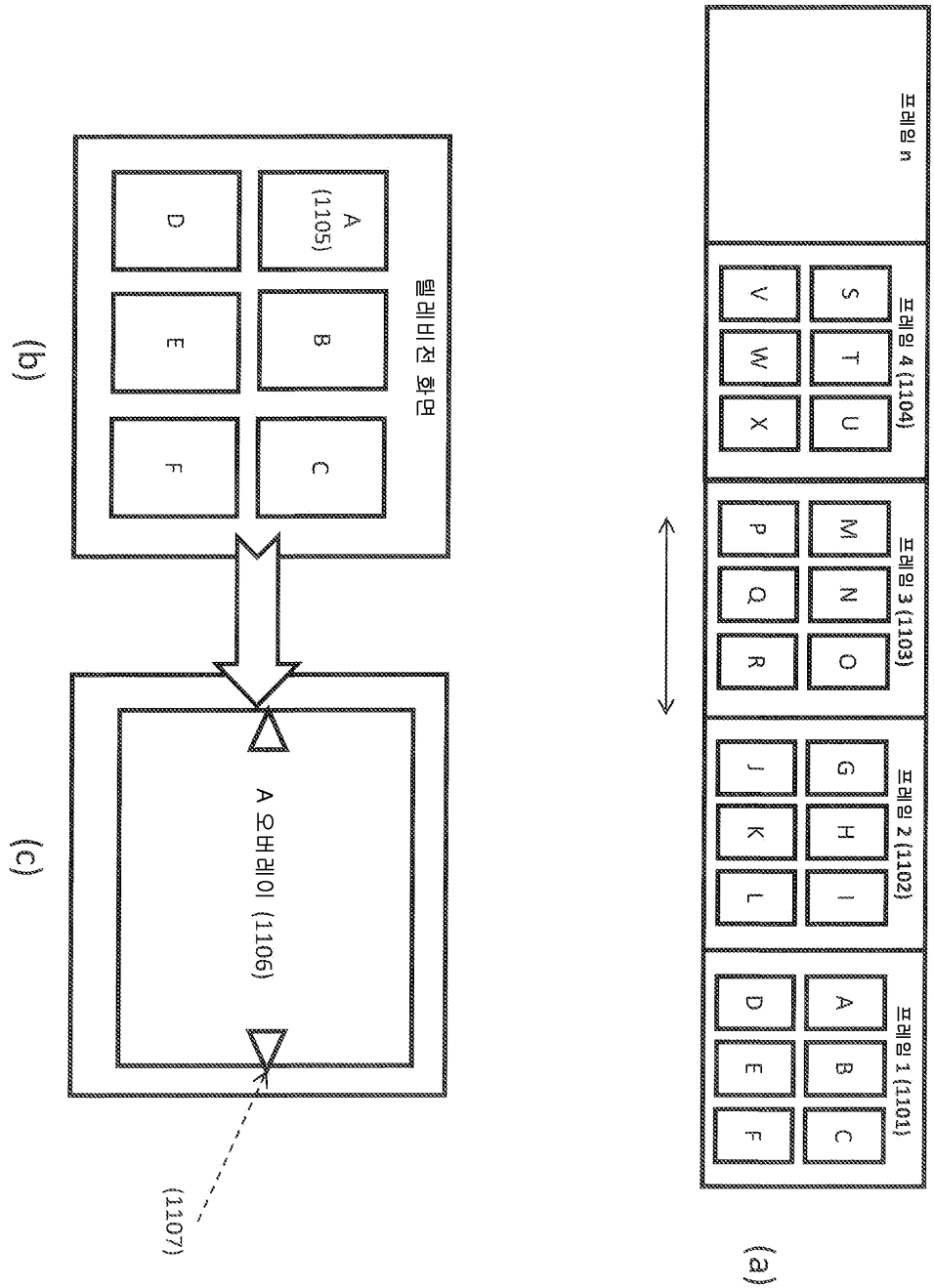
도면9


900
스마트 폰
903
앱
904
컴퓨터
901
브라우저
902
웹
카탈로그 시스템 (905)
메시지 큐
910
웹 서비스
907
906
웹사이트
메시지
생성
메시지
프로세싱
작업자
909
DB
908

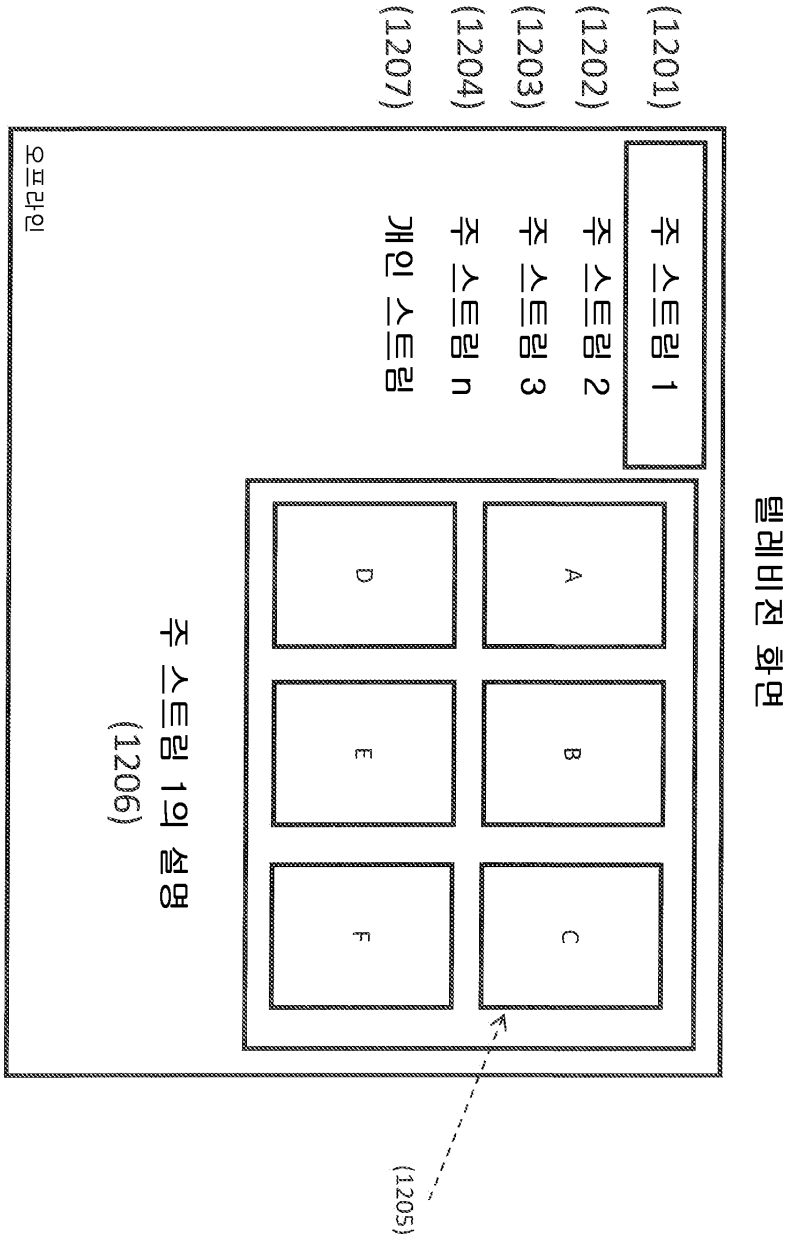
도면10


A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K
L
M
N
O
P
Q
R
S
T
U
V
W
X
L 오버레이 (1001)
(a)
(b)

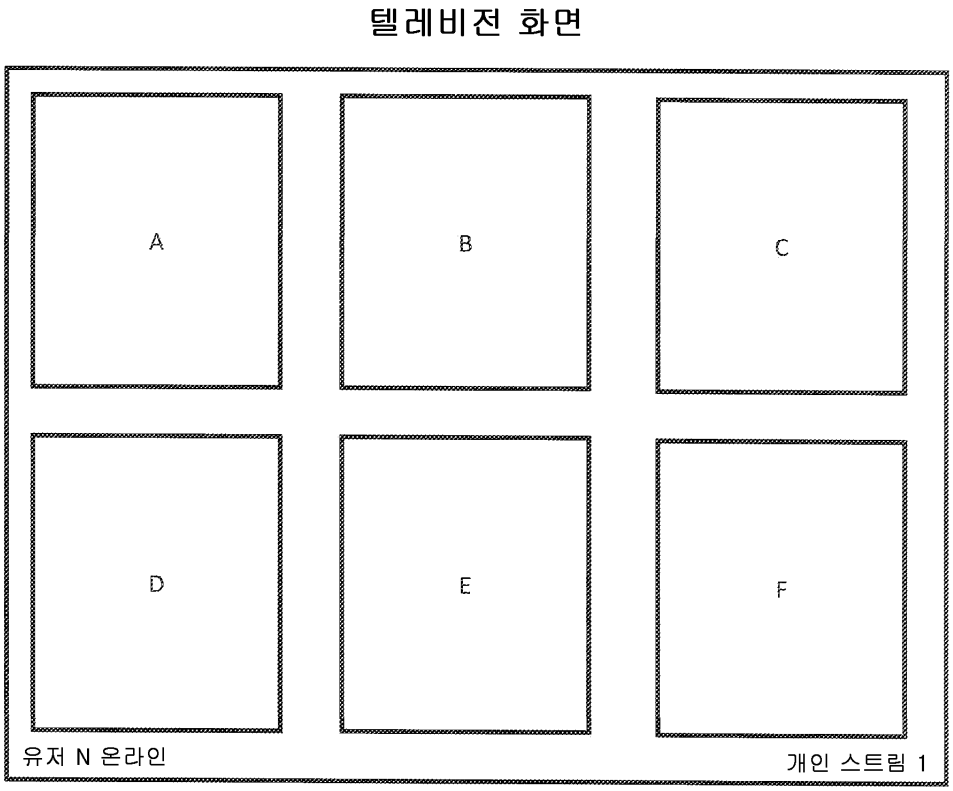
도면11


(a)
프레임 1 (1101)
A
B
C
D
E
F
프레임 2 (1102)
G
H
I
J
K
L
프레임 3 (1103)
M
N
O
P
Q
R
프레임 4 (1104)
S
T
U
V
W
X
프레임 n
(b)
텔레비전 화면
A (1105)
B
C
D
E
F
(c)
A 오버레이 (1106)
(1107)

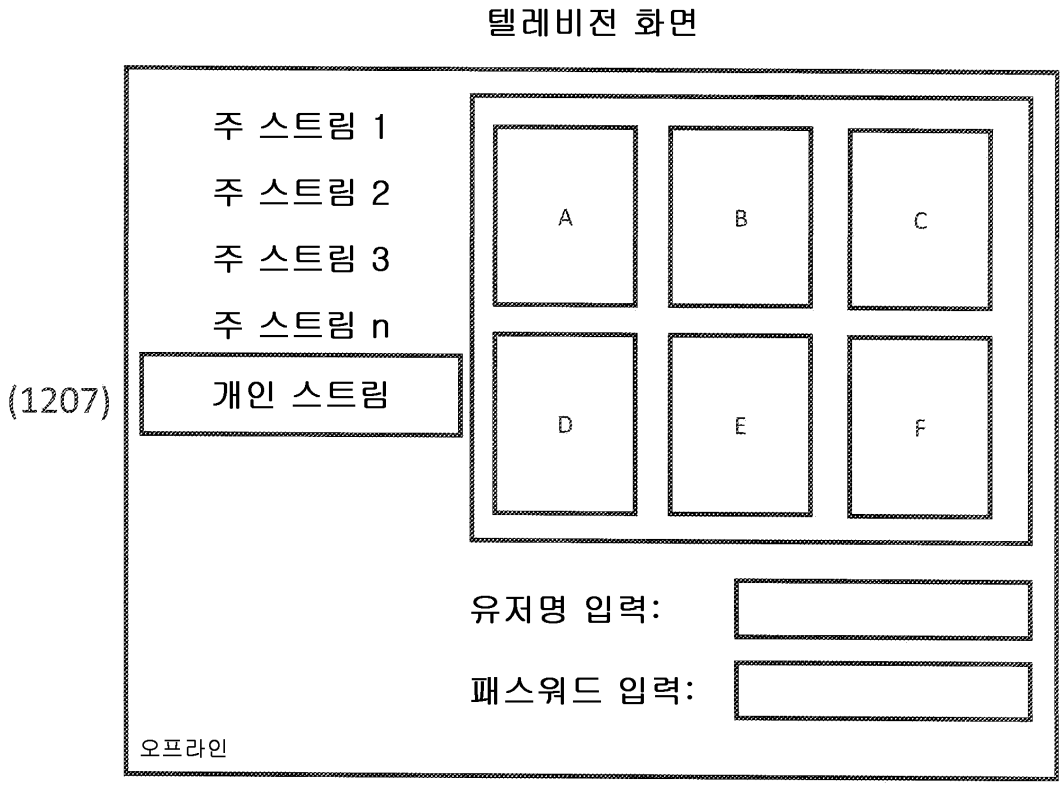
도면12a


텔레비전 화면
주 스트림 1
주 스트림 2
주 스트림 3
주 스트림 n
개인 스트림
(1201)
(1202)
(1203)
(1204)
(1207)
A
B
C
D
E
F
주 스트림 1의 설명
(1206)
(1205)

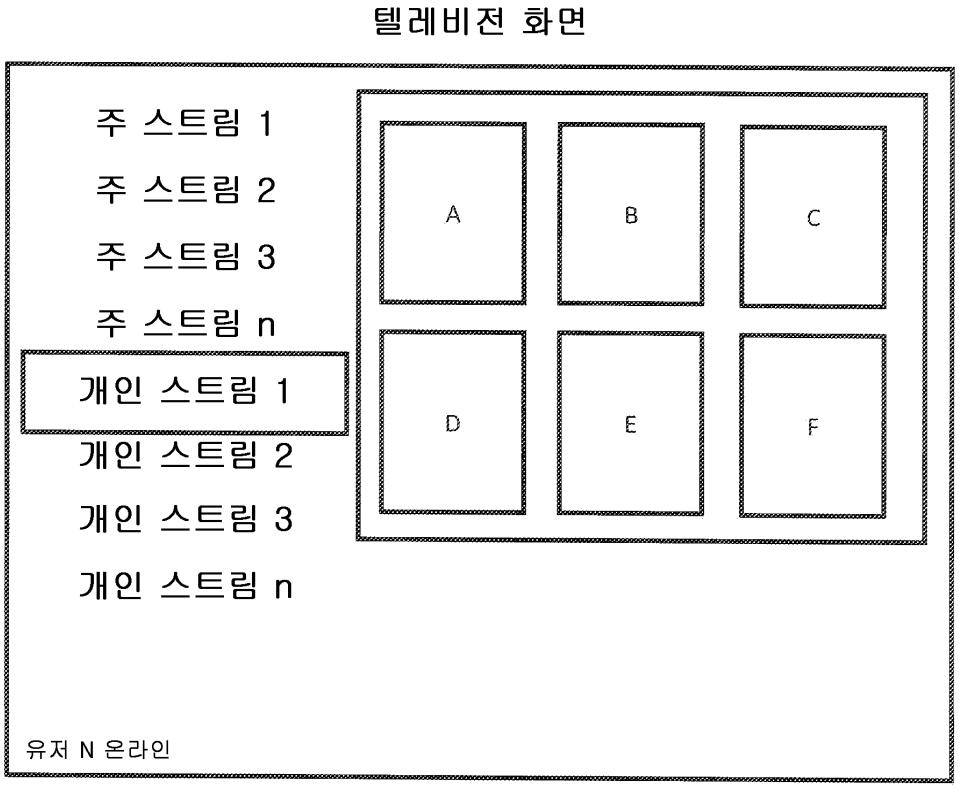
도면12b


텔레비전 화면
A
B
C
D
E
F
유저 N 온라인
개인 스트림 1

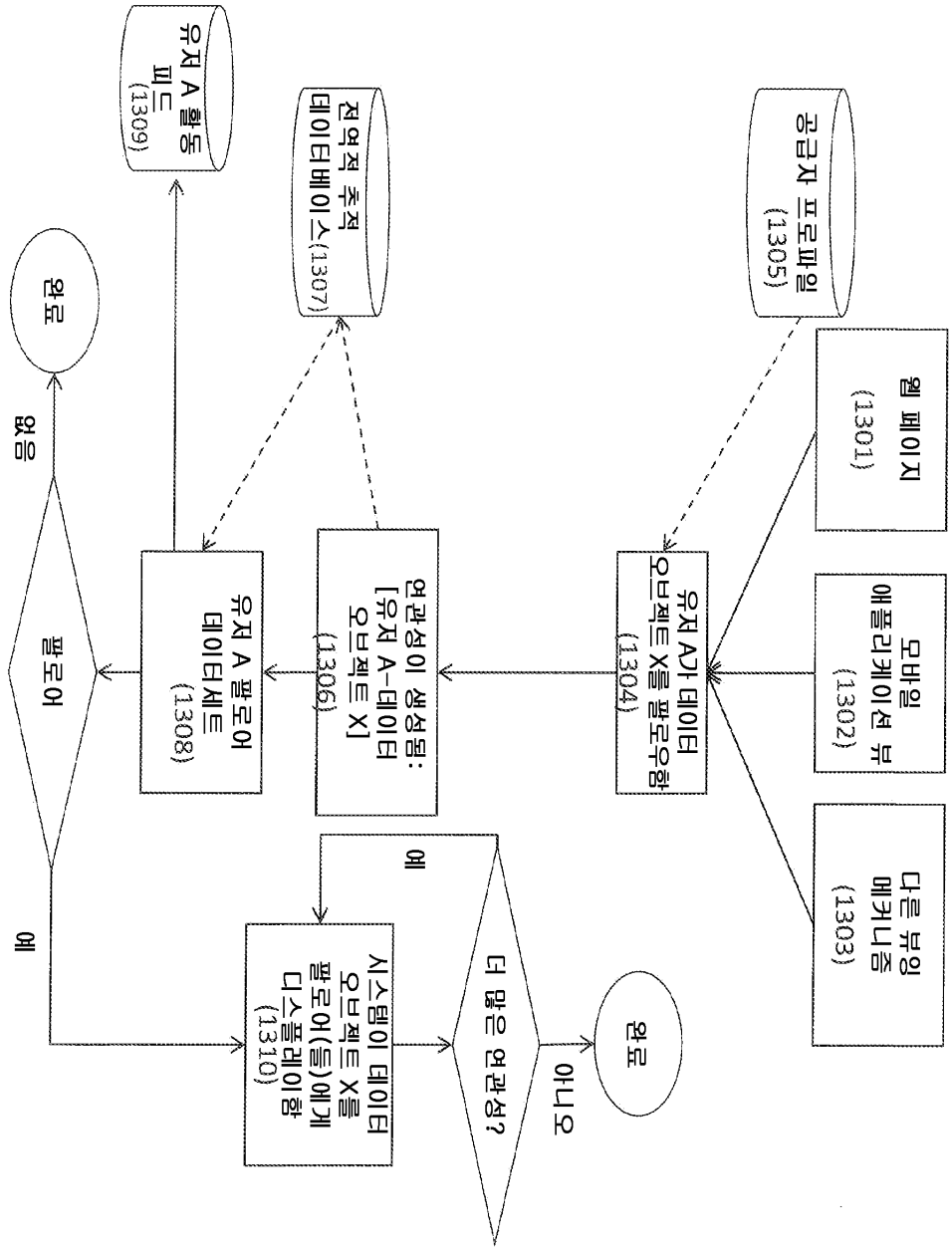
도면12c


텔레비전 화면
주 스트림 1
주 스트림 2
주 스트림 3
주 스트림 n
개인 스트림
(1207)
A
B
C
D
E
F
유저명 입력:
패스워드 입력:
오프라인

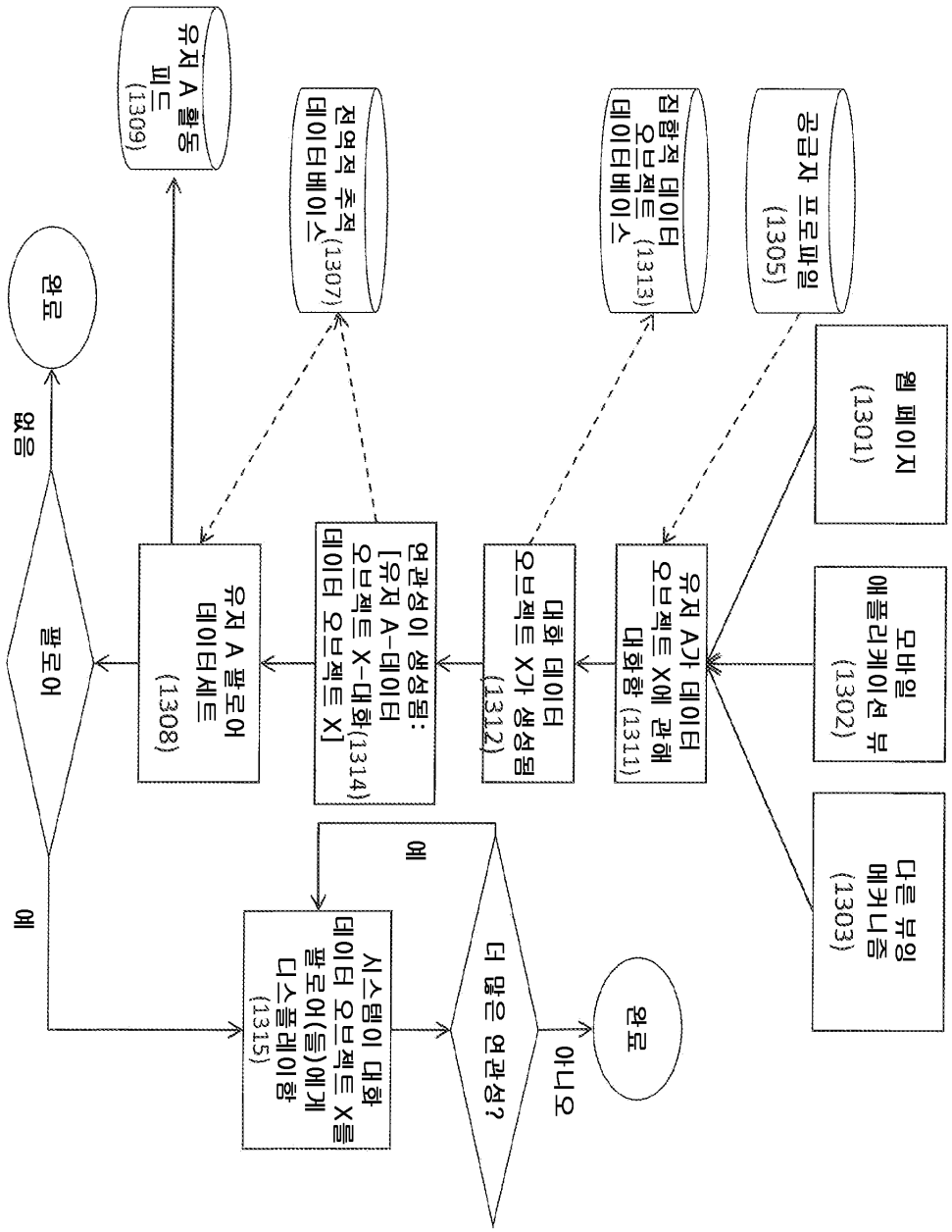
도면12d


텔레비전 화면
주 스트림 1
주 스트림 2
주 스트림 3
주 스트림 n
개인 스트림 1
개인 스트림 2
개인 스트림 3
개인 스트림 n
A
B
C
D
E
F
유저 N 온라인

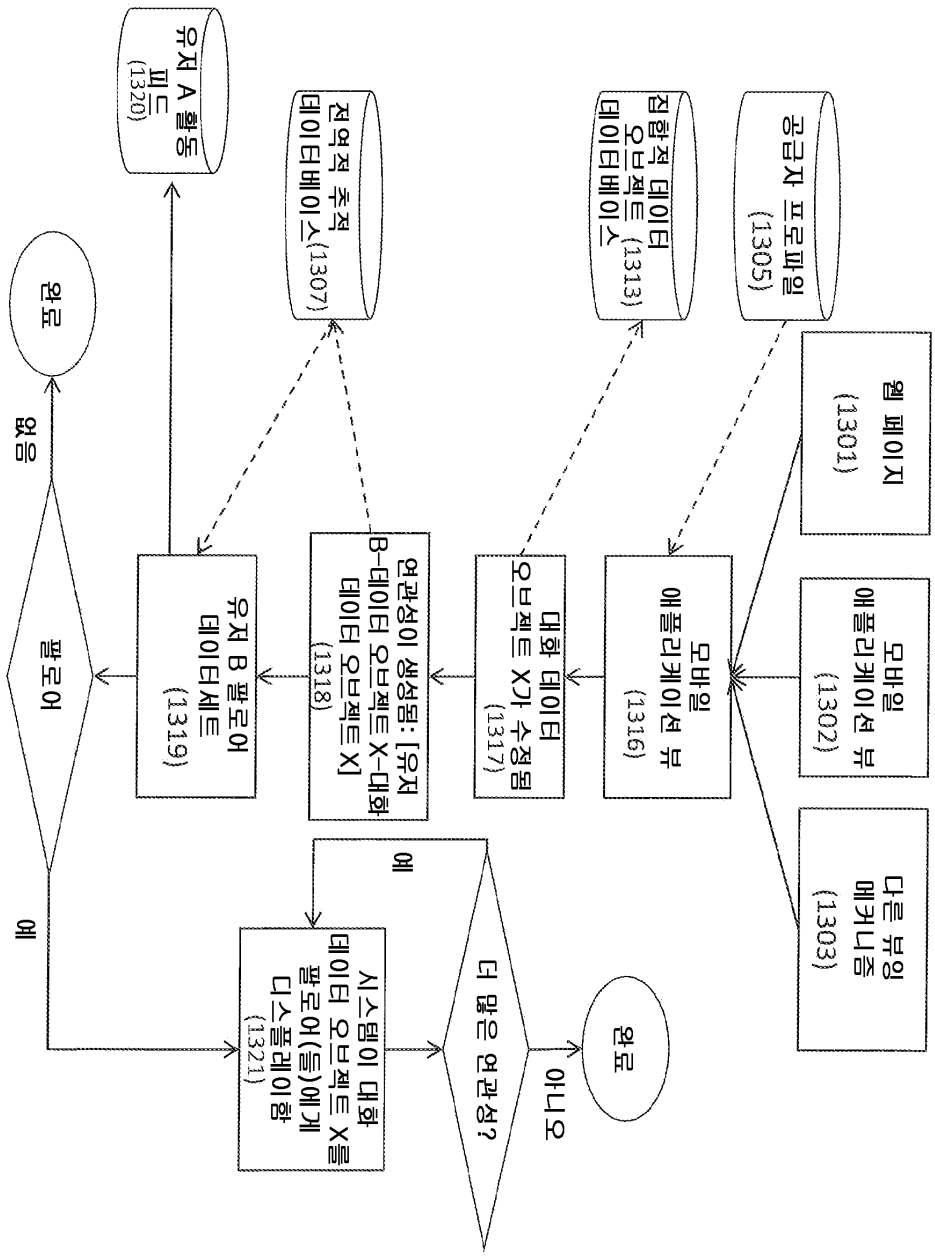
도면13a


유저 A 활동 피드 (1309)
전역적 추적 데이터베이스 (1307)
공급자 프로파일 (1305)
웹 페이지 (1301)
모바일 애플리케이션 뷰 (1302)
다른 뷰잉 메커니즘 (1303)
유저 A가 데이터 오브젝트 X를 팔로우함 (1304)
연관성이 생성됨: [유저 A-데이터 오브젝트 X] (1306)
유저 A 팔로어 데이터세트 (1308)
시스템이 데이터 오브젝트 X를 팔로어(들)에게 디스플레이함 (1310)
팔로어
더 많은 연관성?
완료
완료
없음
예
예
아니오

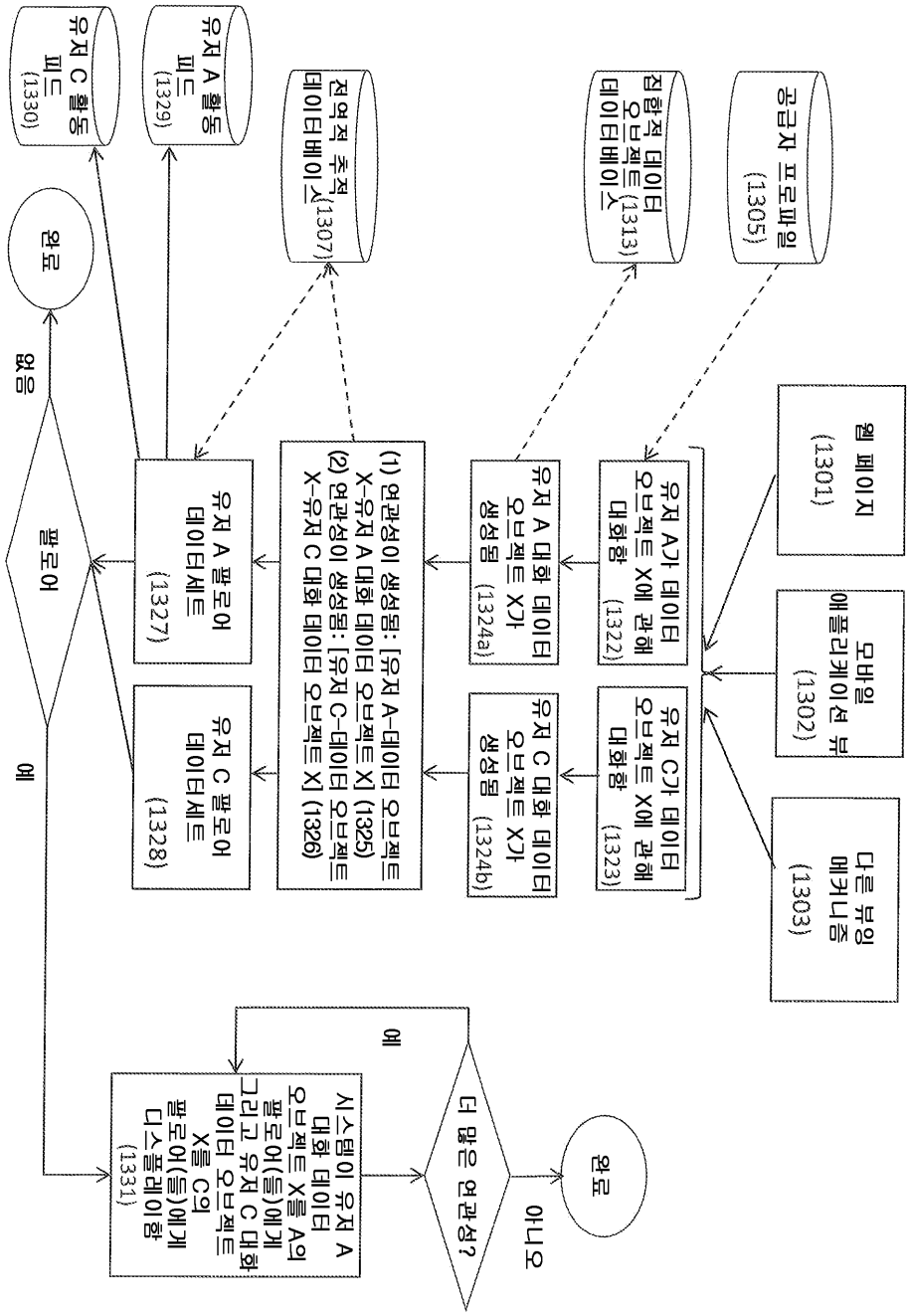
도면13b


유저 A 활동 피드 (1309)
전역적 추적 데이터베이스 (1307)
집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스 (1313)
공급자 프로파일 (1305)
완료
없음
팔로어
예
유저 A 팔로어 데이터세트 (1308)
연관성이 생성됨: [유저 A-데이터 오브젝트 X-대화(1314) 데이터 오브젝트 X]
대화 데이터 오브젝트 X가 생성됨 (1312)
유저 A가 데이터 오브젝트 X에 관해 대화함 (1311)
월 페이지 (1301)
모바일 애플리케이션 뷰 (1302)
다른 뷰잉 메커니즘 (1303)
시스템이 대화 데이터 오브젝트 X를 팔로어(들)에게 디스플레이함 (1315)
더 많은 연관성?
예
아니오
완료

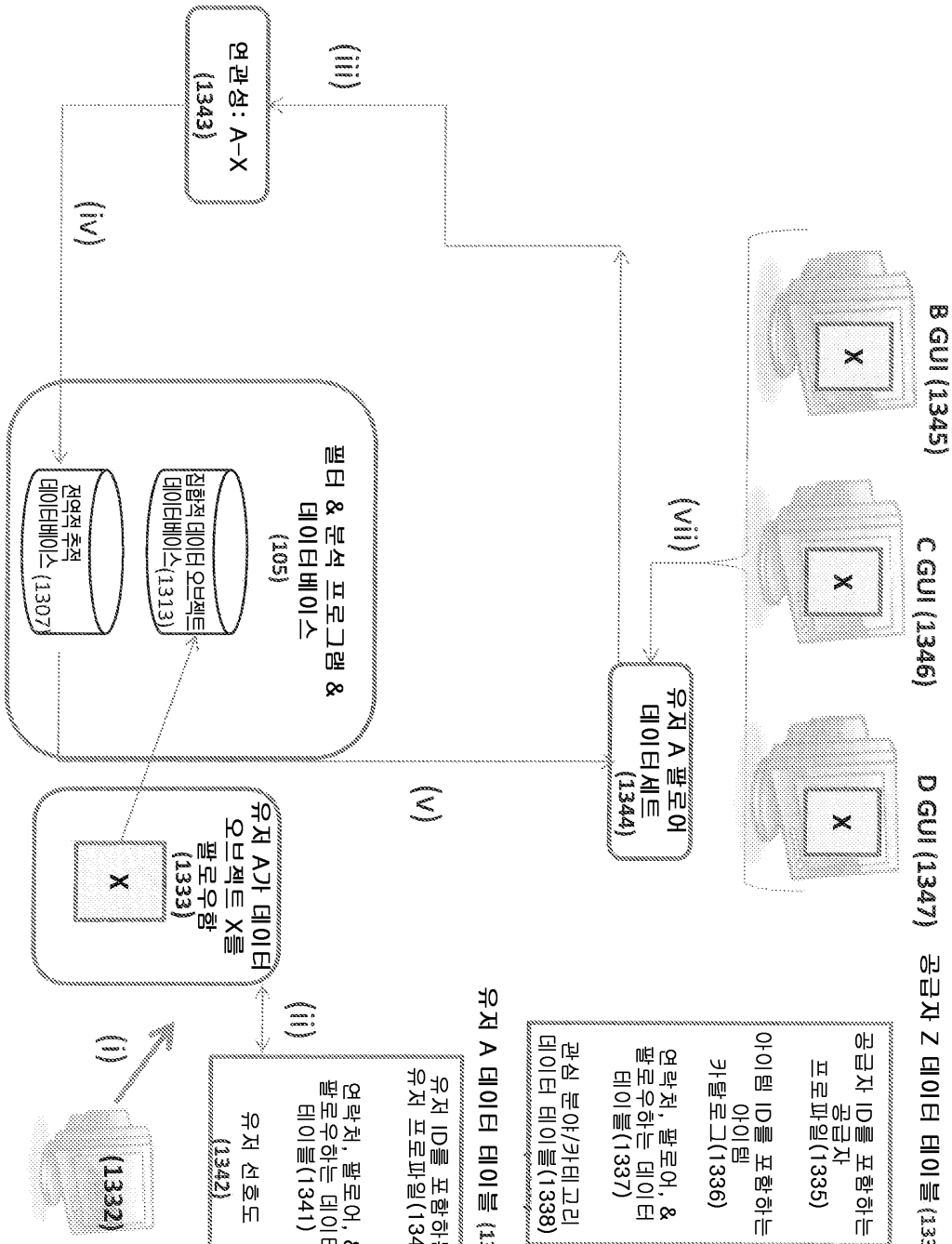
도면13c


웹 페이지
(1301)
모바일
애플리케이션 뷰
(1302)
다른 뷰잉
메커니즘
(1303)
공급자 프로파일
(1305)
집합적 데이터
오브젝트
데이터베이스
(1313)
전역적 추적
데이터베이스(1307)
유저 A 활동
피드
(1320)
모바일
애플리케이션 뷰
(1316)
대화 데이터
오브젝트 X가 수정됨
(1317)
연관성이 생성됨: [유저
B-데이터 오브젝트 X-대화
데이터 오브젝트 X]
(1318)
유저 B 팔로어
데이터세트
(1319)
팔로어
아니오
예
완료
더 많은 연관성?
아니오
예
시스템이 대화
데이터 오브젝트 X를
팔로어(들)에게
디스플레이함
(1321)
완료

도면13d


웹 페이지 (1301)
모바일 애플리케이션 뷰 (1302)
다른 뷰잉 메커니즘 (1303)
공급자 프로파일 (1305)
집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스 (1313)
전역적 추적 데이터베이스 (1307)
유저 A 활동 피드 (1329)
유저 C 활동 피드 (1330)
유저 A가 데이터 오브젝트 X에 관해 대화함 (1322)
유저 C가 데이터 오브젝트 X에 관해 대화함 (1323)
유저 A 대화 데이터 오브젝트 X가 생성됨 (1324a)
유저 C 대화 데이터 오브젝트 X가 생성됨 (1324b)
(1) 연관성이 생성됨: [유저 A-데이터 오브젝트 X-유저 A 대화 데이터 오브젝트 X] (1325)
(2) 연관성이 생성됨: [유저 C-데이터 오브젝트 X-유저 C 대화 데이터 오브젝트 X] (1326)
유저 A 팔로어 데이터세트 (1327)
유저 C 팔로어 데이터세트 (1328)
팔로어
없음
완료
예
시스템이 유저 A 대화 데이터 오브젝트 X를 A의 팔로어(들)에게 그리고 유저 C 대화 데이터 오브젝트 X를 C의 팔로어(들)에게 디스플레이함 (1331)
더 많은 연관성?
예
아니오
완료

도면13e


B GUI (1345)
C GUI (1346)
D GUI (1347)
공급자 Z 데이터 테이블 (1334)
공급자 ID를 포함하는 공급자 프로파일(1335)
아이템 ID를 포함하는 아이템 카탈로그(1336)
연락처, 팔로어, & 팔로우하는 데이터 테이블(1337)
관심 분야/카테고리 데이터 테이블(1338)
유저 A 데이터 테이블 (1339)
유저 ID를 포함하는 유저 프로파일(1340)
연락처, 팔로어, & 팔로우하는 데이터 테이블(1341)
유저 선호도 (1342)
연관성 : A-X (1343)
유저 A 팔로어 데이터세트 (1344)
유저 A가 데이터 오브젝트 X를 팔로우함 (1333)
필터 & 분석 프로그램 & 데이터베이스 (105)
집합적 데이터 오브젝트 데이터베이스(1313)
전역적 추적 데이터베이스 (1307)
(1332)
(i)
(ii)
(iii)
(iv)
(v)
(vi)
(vii)

도면13f

대화 데이터 오브젝트 X
데이터베이스 (1348)
아이템 X ID (1349)
X 타이틀 (1350)
X 설명 (1351)
X 가격 (1352)
X 이미지/미디어 (1353)
해설 필드 (1354)
공급자 ID (1355)
카테고리 ID (1356)
웹사이트 (1357)
상호작용 (1358)
사용자 ID (1359)
대화 데이터 오브젝트 X
표현 (1360)
(1364)
(1367)
My Favorite Golf Bag
(1368)
익스트림 스포츠 캐리 백
(1361)
(백 설명) (1362)
(1366) 10 좋아요 $152.00 (1363)
(1365)
코멘트 추가