

【公報種別】特許法第17条の2の規定による補正の掲載

【部門区分】第6部門第3区分

【発行日】平成29年6月29日(2017.6.29)

【公表番号】特表2016-524239(P2016-524239A)

【公表日】平成28年8月12日(2016.8.12)

【年通号数】公開・登録公報2016-048

【出願番号】特願2016-519530(P2016-519530)

【国際特許分類】

G 06 Q 30/02 (2012.01)

【F I】

G 06 Q 30/02 4 3 8

【手続補正書】

【提出日】平成29年5月19日(2017.5.19)

【手続補正1】

【補正対象書類名】特許請求の範囲

【補正対象項目名】全文

【補正方法】変更

【補正の内容】

【特許請求の範囲】

【請求項1】

スクロール可能広告ユニットを使用して、オンラインシステムのユーザに1以上の広告を供給する機会を識別する工程であって、前記スクロール可能広告ユニットは、各位置が広告に関連付けられている複数の位置と、広告を前記スクロール可能広告ユニットにおいてその広告の位置に基づいて提示するための表示領域とを備え、前記スクロール可能広告ユニットは、ニュースフィードの一部として表示される、工程と、

各位置に関連付けられている割引係数にアクセスする工程であって、前記割引係数は、各位置における予測される複数の広告のうちの1つの広告成果の尺度を含む、工程と、

前記割引係数に少なくとも部分的に基づいて、前記複数の位置をランク付けする、ランク付け工程と、

複数の広告のうちの1以上の広告に関連付けられている前記スクロール可能広告ユニットの1以上の位置を、前記複数の位置の前記ランク付けと、前記複数の広告における前記1以上の広告のランク付けとに基づいて決定する工程と、

決定された位置に関連付けられている前記複数の広告のうちの前記1以上の広告の各々を含む前記スクロール可能広告ユニットを生成する工程と、

前記ユーザへの表示のために前記スクロール可能広告ユニットを送信する工程とを備える方法。

【請求項2】

前記複数の位置のうちの各位置に関連付けられているコンテンツとのユーザ対話の量を記述する情報を取り出す工程と、

取り出された前記情報を少なくとも部分的に基づいて、各位置に関連付けられている割引係数を算出する工程であって、前記割引係数は、各位置の予想される広告成果の尺度を含む、割引係数算出工程と

をさらに備える、請求項1に記載の方法。

【請求項3】

前記割引係数算出工程は、

前記ユーザが1つの位置におけるコンテンツを閲覧する確率を決定する工程と、

前記ユーザが前記1つの位置におけるコンテンツにアクセスする蓋然性を決定する工程と、

前記ユーザが前記1つの位置におけるコンテンツを閲覧する前記確率と、前記ユーザが前記1つの位置におけるコンテンツにアクセスする前記蓋然性とに基づいて、前記位置についての前記割引係数を決定する、割引係数決定工程と  
を備える、請求項2に記載の方法。

【請求項4】

前記割引係数決定工程は、

前記ユーザが前記1つの位置においてコンテンツを閲覧する前記確率と、前記ユーザが前記1つの位置においてコンテンツにアクセスする前記蓋然性との積を決定する工程  
を備える、請求項3に記載の方法。

【請求項5】

前記ランク付け工程は、前記複数の広告のうちの各々に関連付けられている入札額に少なくとも部分的に基づく、請求項1に記載の方法。

【請求項6】

前記複数の広告のうちの各々に関連付けられている入札額に少なくとも部分的に基づく、前記ランク付け工程は、

前記入札額に少なくとも部分的に基づいて、および前記複数の広告のうちの各広告を前記複数の広告のうちの各広告に固有の1以上のプロパティに基づいて前記表示領域において提示する確率に基づいて、前記複数の広告をランク付けする工程

を備える、請求項5に記載の方法。

【請求項7】

前記複数の広告の各広告に固有の前記1以上のプロパティは、ターゲット条件、前記ユーザのプライバシー設定に関連付けられているコンテンツ、前記ユーザが以前に購入した商品またはサービスに関連付けられているコンテンツ、前記ユーザがインストールした商品またはサービスに関連付けられているコンテンツ、およびそれらの任意の組み合わせからなる群から選択される、請求項6に記載の方法。

【請求項8】

前記複数の位置のうちの各位置に関連付けられているコンテンツとのユーザ対話の量を記述する前記情報は、前記複数の位置のうちの1以上の位置に以前に関連付けられていたコンテンツに関連付けられているユーザ対話履歴情報と、1つの位置において提示された広告について好みを示しているユーザの数と、前記1つの位置において提示された前記広告について好みを示している前記ユーザの割合と、前記1つの位置において提示された前記広告にアクセスしているユーザの数と、前記1つの位置において提示された前記広告にアクセスしているユーザの割合と、それらの任意の組み合わせとを含む、請求項2に記載の方法。

【請求項9】

1以上の広告主から前記複数の広告を記述する情報を受け取る工程  
をさらに備える、請求項1に記載の方法。

【請求項10】

前記複数の広告を記述する前記情報は、広告についての広告コンテンツ、前記広告についてのターゲット条件、前記広告の表示回数、およびそれらの任意の組み合わせからなる群から選択される、請求項9に記載の方法。

【請求項11】

前記オンラインシステムはソーシャルネットワーキングシステムである、請求項1に記載の方法。

【請求項12】

前記複数の広告は、前記ソーシャルネットワーキングシステムによって維持されるコンテンツに関連付けられている1以上のストーリを含む、請求項11に記載の方法。

【請求項13】

各位置に関連付けられている前記割引係数を記憶する工程  
をさらに備える、請求項1に記載の方法。

**【請求項 1 4】**

複数の広告を記述する情報を 1 以上の広告主から受け取る工程であって、前記情報は、前記複数の広告における各広告に関連付けられている入札額を含む、工程と、

スクロール可能広告ユニットを使用して、オンラインシステムのユーザに 1 以上の広告を提示する機会を識別する工程であって、前記スクロール可能広告ユニットは、1 以上の広告を含む 1 以上のコンテンツアイテムを前記ユーザに提示するための表示領域を備え、前記スクロール可能広告ユニットは、ニュースフィードの一部として表示される、工程と

、各位置に関連付けられている割引係数にアクセスする工程であって、前記割引係数は、各位置における予測される広告成果の尺度を含む、工程と、

前記複数の広告のうちの各々に関連付けられている前記入札額に少なくとも部分的に基づいて、前記複数の広告をランク付けする工程と、

前記複数の広告の 1 以上の広告に関連付けられている前記スクロール可能広告ユニットにおける 1 以上の位置を決定する工程であって、広告の位置は、前記広告のランク付けと、前記位置に関連付けられている割引係数とに少なくとも部分的に基づく、位置決定工程と、

前記 1 以上の位置に関連付けられている前記 1 以上の広告を含む前記スクロール可能広告ユニットを生成する工程と

を備える方法。

**【請求項 1 5】**

前記スクロール可能広告ユニットを前記ユーザに提示する工程  
をさらに備える、請求項 1 4 に記載の方法。

**【請求項 1 6】**

前記スクロール可能広告ユニットの複数の位置のうちの各位置に関連付けられているコンテンツとのユーザ対話の量を記述する情報を取り出す工程と、

取り出された前記情報に少なくとも部分的に基づいて、各位置に関連付けられている割引係数を算出する工程であって、前記割引係数は、各位置の予想される広告成果の尺度を含む、割引係数算出工程と

をさらに備える、請求項 1 4 に記載の方法。

**【請求項 1 7】**

前記位置決定工程は、

前記割引係数に少なくとも部分的に基づいて、前記複数の位置をランク付けする、ランク付け工程と、

前記 1 以上の広告に関連付けられている前記スクロール可能広告ユニットにおける 1 以上の位置を、前記複数の位置の前記ランク付けと、前記複数の広告における前記 1 以上の広告の前記ランク付けとに基づいて決定する工程と

を備える、請求項 1 4 に記載の方法。

**【請求項 1 8】**

前記割引係数算出工程は、

前記ユーザが前記複数の位置のうちの 1 つの位置のコンテンツを閲覧する確率を決定する工程と、

前記ユーザが前記複数の位置のうちの前記 1 つの位置のコンテンツにアクセスする蓋然性を決定する工程と、

前記ユーザが前記複数の位置のうちの前記 1 つの位置のコンテンツを閲覧する前記確率と、前記ユーザが前記複数の位置のうちの前記 1 つの位置のコンテンツにアクセスする前記蓋然性とに基づいて、前記 1 つの位置の前記割引係数を決定する、割引係数決定工程と  
を備える、請求項 1 6 に記載の方法。

**【請求項 1 9】**

前記割引係数決定工程は、

前記ユーザが前記複数の位置のうちの前記 1 つの位置のコンテンツを閲覧する前記確率

と、前記ユーザが前記1つの位置のコンテンツにアクセスする前記蓋然性との積を決定する工程

を備える、請求項18に記載の方法。

#### 【請求項20】

前記複数の位置のうちの各位置に関連付けられているコンテンツとの前記ユーザ対話の量を記述する前記情報は、前記複数の位置のうちの1以上の位置に以前に関連付けられていたコンテンツに関連付けられているユーザ対話履歴情報を含む、請求項16に記載の方法。

#### 【請求項21】

前記オンラインシステムはソーシャルネットワーキングシステムである、請求項14に記載の方法。

#### 【請求項22】

前記複数の広告は、前記ソーシャルネットワーキングシステムによって維持されるコンテンツに関連付けられている1以上のストーリを含む、請求項21に記載の方法。

#### 【請求項23】

各位置に関連付けられている前記割引係数を記憶する工程

をさらに備える、請求項14に記載の方法。

#### 【請求項24】

前記表示領域による提示のための前記1以上のコンテンツアイテムは、ユーザ写真、前記ユーザにつながっている追加のオンラインシステムユーザによって実行されたアクションを記述するストーリ、前記ユーザに対して前記オンラインシステムによって提案されたアクション、およびそれらの任意の組み合わせからなる群より選択される、請求項14に記載の方法。

#### 【手続補正2】

##### 【補正対象書類名】明細書

##### 【補正対象項目名】0060

##### 【補正方法】変更

##### 【補正の内容】

##### 【0060】

発明の実施形態は、本明細書に記載されたコンピューティングプロセスにより作成される商品にも関し得る。そのような商品は、コンピューティング処理による情報を備え得、この情報は、持続的で有形のコンピュータ可読記憶媒体に記憶され、本明細書に記載されたコンピュータプログラム製品または他のデータの組み合わせの任意の実施形態を含み得る。

例1に記載の発明は、

複数の広告を記述する情報を1以上の広告主から受け取る工程であって、前記情報は、前記複数の広告における各広告に関連付けられている入札額を含む、工程と、

オンラインシステムにおいて、スクロール可能広告ユニットにおける複数の位置を記述する情報を取り出す工程であって、各位置は1以上の広告に関連付けられており、前記スクロール可能広告ユニットは、前記1以上の広告に関連付けられている位置に基づいて1以上の広告を提示するための表示領域を含む、工程と、

前記複数の広告のうちの各広告について倍率を決定する工程であって、前記倍率は、前記スクロール可能広告ユニットにおいて前記広告に関連付けられている位置に基づいて前記広告をユーザに提示する確率に基づく、倍率決定工程と、

各広告について値を決定する工程であって、広告についての前記値は、前記広告の前記倍率と、前記広告に関連付けられている入札額とに基づく、工程と、

決定した前記値に基づいて前記複数の広告をランク付けする、ランク付け工程と、

前記ランク付けに少なくとも部分的に基づいて、前記複数の広告から広告を選択する工程と、

前記複数の広告における広告に関連付けられている前記入札額および前記倍率に少なく

とも部分的に基づいて、選択された前記広告について価格を算出する、広告価格算出工程と

を備える方法である。

例 2 に記載の発明は、

前記広告価格算出工程は、

前記ランク付け工程において、選択された前記広告よりもランク付けが低い広告について入札額を決定する工程と、

選択された前記広告よりもランク付けが低い前記広告に関連付けられている倍率と、選択された前記広告に関連付けられている倍率との比を計算する工程と、

選択された前記広告よりもランク付けが低い前記広告の前記入札額と、計算された前記比とに基づいて、選択された前記広告について価格を決定する、広告価格決定工程と

を備える、例 1 に記載の方法である。

例 3 に記載の発明は、

前記広告価格決定工程は、

選択された前記広告よりもランク付けが低い前記広告についての前記入札額と、計算された前記比との積を決定する工程

を備える、例 2 に記載の方法である。

例 4 に記載の発明は、

選択された前記広告と、選択された前記ランク付けよりもランク付けが低い前記広告とが、連続してランク付けされる、例 2 に記載の方法である。

例 5 に記載の発明は、

前記倍率決定工程は、

前記広告が前記広告の 1 以上の特性に基づいて前記表示領域でユーザに提示される確率を決定する工程と、

前記広告が前記スクロール可能広告ユニットにおいて前記広告に関連付けられている位置に基づいてユーザに提示される前記確率と、前記広告が前記広告の 1 以上の特性に基づいて前記表示領域においてユーザに提示される前記確率とに基づいて、前記広告の前記倍率を決定する工程と

を備える、例 1 に記載の方法である。

例 6 に記載の発明は、

前記広告の前記 1 以上の特性は、ターゲット条件、前記ユーザのプライバシー設定に関連付けられているコンテンツ、前記ユーザが以前に購入した商品またはサービスに関連付けられているコンテンツ、前記ユーザが以前にインストールした商品またはサービスに関連付けられているコンテンツ、およびそれらの任意の組み合わせからなる群から選択される、例 5 に記載の方法である。

例 7 に記載の発明は、

1 以上の広告主からの前記複数の広告を記述する情報は、広告コンテンツ、ターゲット条件、表示回数、およびそれらの任意の組み合わせからなる群から選択される 1 以上を含む、例 1 に記載の方法である。

例 8 に記載の発明は、

選択された前記広告の前記価格は、前記スクロール可能広告ユニットにおいて選択された前記広告に関連付けられている位置に関連付けられている割引係数にさらにに基づき、前記割引係数は、前記位置における、選択された前記広告とのユーザ対話の蓋然性を記述する、例 1 に記載の方法である。

例 9 に記載の発明は、

前記割引係数は、前記位置に以前に関連付けられていた広告とのユーザ対話履歴に基づく、例 8 に記載の方法である。

例 10 に記載の発明は、

オンラインシステムにおいて、複数の広告を記述する情報を 1 以上の広告主から受け取る工程であって、前記情報は、前記複数の広告における各広告に関連付けられている入札

額を含む、工程と、

前記複数の広告のうちの各広告について倍率を計算する工程であって、前記倍率は、広告用の複数の位置と表示領域とを備えるスクロール可能広告ユニットにおける広告の位置に基づいて前記広告がユーザに提示される確率を記述する、倍率計算工程と、

前記複数の広告のうちの各広告に関連付けられている前記入札額と、前記倍率とに基づいて、前記複数の広告のうちの各広告についてスコアを算出する工程と、

算出された前記スコアに少なくとも部分的に基づいて、前記複数の広告をランク付けする、ランク付け工程と、

前記ランク付けに少なくとも部分的に基づいて、前記複数の広告から広告を選択する工程と、

前記複数の広告のうちの広告に関連付けられている1以上の入札額および1以上の倍率に少なくとも部分的に基づいて、選択された前記広告について価格を算出する、広告価格算出工程と

を備える方法である。

例11に記載の発明は、

前記広告価格算出工程は、

前記ランク付け工程において、選択された前記広告よりもランク付けが低い広告について入札額を決定する工程と、

選択された前記広告よりもランク付けが低い前記広告に関連付けられている倍率と、選択された前記広告に関連付けられている倍率との比を計算する工程と、

選択された前記広告よりもランク付けが低い前記広告の前記入札額と、計算された前記比とに基づいて、選択された前記広告について価格を決定する、広告価格決定工程とを備える、例10に記載の方法である。

例12に記載の発明は、

前記広告価格決定工程は、

選択された前記広告よりもランク付けが低い前記広告についての前記入札額と、計算された前記比との積を決定する工程

を備える、例11に記載の方法である。

例13に記載の発明は、

選択された前記広告と、選択された前記ランク付けよりもランク付けが低い前記広告とが、連続してランク付けされる、例12に記載の方法。

例14に記載の発明は、

選択された前記広告の前記価格は、前記スクロール可能広告ユニットにおいて選択された前記広告に関連付けられている位置に関連付けられている割引係数にさらに基づき、前記割引係数は、前記位置における、選択された前記広告とのユーザ対話の蓋然性を記述する、例10に記載の方法である。

例15に記載の発明は、

前記割引係数は、前記位置に以前に関連付けられていた広告とのユーザ対話履歴に基づく、例14に記載の方法である。

例16に記載の発明は、

前記倍率計算工程は、

前記広告が前記広告の1以上の特性に基づいて前記表示領域でユーザに提示される確率を決定する工程と、

前記広告が前記スクロール可能広告ユニットにおいて前記広告に関連付けられている位置に基づいてユーザに提示される前記確率と、前記広告が前記広告の1以上の特性に基づいて前記表示領域においてユーザに提示される前記確率とに基づいて、前記広告の前記倍率を決定する工程と

を備える、例10に記載の方法である。

例17に記載の発明は、

前記広告の前記1以上の特性は、ターゲット条件、前記ユーザのプライバシー設定に関

連付けられているコンテンツ、前記ユーザが以前に購入した商品またはサービスに関連付けられているコンテンツ、前記ユーザが以前にインストールした商品またはサービスに関連付けられているコンテンツ、およびそれらの任意の組み合わせからなる群から選択される、例 16 に記載の方法である。

例 18 に記載の発明は、

1 以上の広告主からの前記複数の広告を記述する情報は、広告コンテンツ、ターゲット条件、表示回数、およびそれらの任意の組み合わせからなる群から選択される 1 以上を含む、例 10 に記載の方法である。