



(19)中華民國智慧財產局

(12)發明說明書公告本 (11)證書號數：TW I553572 B

(45)公告日：中華民國 105 (2016) 年 10 月 11 日

(21)申請案號：100142416

(22)申請日：中華民國 100 (2011) 年 11 月 18 日

(51)Int. Cl. : G06Q30/00 (2012.01)

G06F17/30 (2006.01)

(30)優先權：2010/12/29 美國

12/981,168

(71)申請人：微軟技術授權有限責任公司 (美國) MICROSOFT TECHNOLOGY LICENSING, LLC
(US)

美國

(72)發明人：丹卡契夫查夫達爾安塔納索夫 DANGALTCHEV, TCHAVDAR ATANASSOV
(CA)；薩塔魯普拉文查克拉費爾希 SATTARU, PRAVEEN CHAKRAVARTHY (IN)

(74)代理人：蔡坤財；李世章

(56)參考文獻：

CN 101253529A

CN 101556614A

US 2008/0022229A1

US 2009/0259636A1

US 2010/0161429A1

US 2010/0268600A1

審查人員：曾耀德

申請專利範圍項數：20 項 圖式數：6 共 35 頁

(54)名稱

具提示功能之搜尋廣告

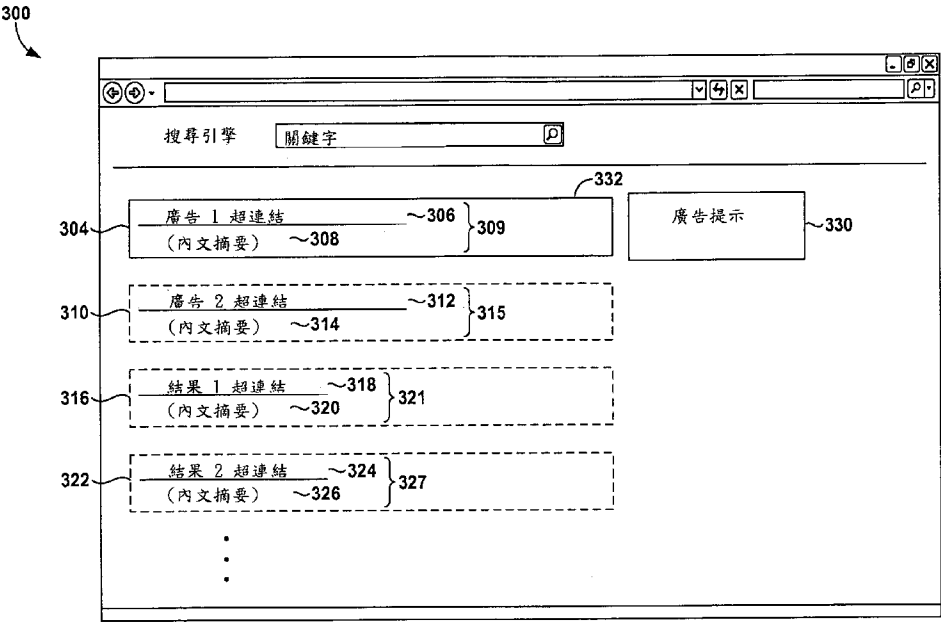
HINT-ENABLED SEARCH ADVERTISEMENTS

(57)摘要

一種用於提供廣告提示及關鍵字搜尋詢問結果圖形使用者介面之系統、方法及電腦媒體。一關鍵字搜尋詢問區能接收一使用者傳來的一關鍵字搜尋詢問。至少一搜尋結果區顯示一與所收到的一使用者關鍵字搜尋詢問有關的網際網路網頁連結及對應內文。至少一搜尋廣告區顯示一包含一網際網路網頁連結及對應內文的廣告。使用者與廣告區互動致使一廣告提示在靠近廣告區的位置顯現。

Systems, methods, and computer media for providing advertisement hints, as well as keyword search query results graphical user interfaces, are provided. A keyword search query area is capable of receiving a keyword search query from a user. At least one search result area displays an Internet web page link and corresponding text relevant to a received user keyword search query. At least one search advertisement area displays an advertisement comprising an Internet web page link and corresponding text. User interaction with the advertisement area causes an advertisement hint to appear proximate to the advertisement area.

指定代表圖：



第3圖

符號簡單說明：

- 300 . . . 搜尋結果網頁
- 304、310 . . . 搜尋廣告區
- 306 . . . 廣告 1 超連結
- 308、314、320、326 . . . 內文摘要
- 309、315 . . . 搜尋廣告
- 312 . . . 廣告 2 超連結
- 318 . . . 結果 1 超連結
- 324 . . . 結果 2 超連結
- 321、327 . . . 搜尋結果
- 316、322 . . . 搜尋結果區
- 330 . . . 廣告提示

發明專利說明書

(本說明書格式、順序，請勿任意更動，※記號部分請勿填寫；惟已有申請案號者請填寫)

※ 申請案號：100142416

※ 申請日期：2011 年 11 月 18 日

※IPC 分類：
G06Q 3/62 (2012.01)
G06F 17/30 (2006.01)

一、發明名稱：(中文/英文)

具提示功能之搜尋廣告

HINT-ENABLED SEARCH ADVERTISEMENTS

二、中文發明摘要：

一種用於提供廣告提示及關鍵字搜尋詢問結果圖形使用者介面之系統、方法及電腦媒體。一關鍵字搜尋詢問區能接收一使用者傳來的一關鍵字搜尋詢問。至少一搜尋結果區顯示一與所收到的一使用者關鍵字搜尋詢問有關的網際網路網頁連結及對應內文。至少一搜尋廣告區顯示一包含一網際網路網頁連結及對應內文的廣告。使用者與廣告區互動致使一廣告提示在靠近廣告區的位置顯現。

三、英文發明摘要：

Systems, methods, and computer media for providing advertisement hints, as well as keyword search query results graphical user interfaces, are provided. A keyword search query area is capable of receiving a keyword search query from a user. At least one search result area displays an Internet web page link and corresponding text relevant to a received user keyword search query. At least one search advertisement area displays an advertisement comprising an Internet web page link and corresponding text. User interaction with the advertisement area causes an advertisement hint to appear proximate to the advertisement area.

四、指定代表圖：

(一)本案指定代表圖為：第(3)圖。

(二)本代表圖之元件符號簡單說明：

300	搜尋結果網頁
304、310	搜尋廣告區
306	廣告 1 超連結
308、314、320、326	內文摘要
309、315	搜尋廣告
312	廣告 2 超連結
318	結果 1 超連結
324	結果 2 超連結
321、327	搜尋結果
316、322	搜尋結果區
330	廣告提示

五、本案若有化學式時，請揭示最能顯示發明特徵的化學式：

六、發明說明：

【發明所屬之技術領域】

本發明係有關一種具提示功能之搜尋廣告。

【先前技術】

近年來網際網路搜尋已逐漸普遍。搜尋提供者已藉由在搜尋結果網頁上販賣廣告空間給廣告商來利用網際網路搜尋的價值。廣告商通常購買特定的搜尋關鍵字，如此當使用者以已購買之關鍵字來搜尋時，關於廣告商的产品之廣告便會顯示在搜尋結果網頁上。搜尋廣告通常包括連至廣告商的網站之超連結以及內文摘要或敘述。然而，搜尋廣告時常無法區別它們本身與其他包含在搜尋結果網頁中的搜尋廣告。搜尋廣告通常也無法以它們的視覺外觀來吸引使用者注意，因為搜尋廣告一般靠著放置在搜尋結果網頁的第一位置上來吸引使用者注意，而不是根據視覺外觀來放置。此外，若使用者的時間有限或是不想打開一個新視窗或離開搜尋結果網頁，則使用者可能不會願意點擊搜尋廣告。

【發明內容】

本發明之實施例係有關用來提供廣告提示及關鍵字搜尋詢問結果圖形使用者介面之系統、方法及電腦媒體。這裡所述之使用者介面包括關鍵字搜尋詢問區，其能接

收使用者傳來的關鍵字搜尋詢問。在使用者介面上的至少一搜尋結果區顯示與所收到的使用者關鍵字搜尋詢問有關的網頁連結及對應內文。至少一搜尋廣告區顯示包含網頁連結及對應內文的廣告。使用者與廣告區互動致使廣告提示在靠近廣告區的位置顯現。

發明內容係以一種簡化形式提出以介紹選擇概念，在下面的實施方式中會更加描述。發明內容並不識別揭露主體的關鍵特徵或必要特徵，也不限制揭露主體的範疇。

【實施方式】

本發明之實施例係於此具體說明以符合法定需求。然而，所述內容並不限定本發明之範疇。而，發明人已考量所申請主體特徵也可能以其他方式實施，以包括不同步驟或在結合其他現有或未來技術下與本文描述相似之步驟之結合。此外，雖然在此使用「步驟」及/或「方塊」或「模組」等用字來意謂所使用之方法或系統的不同元件，但除非有明確表示個別步驟的順序，否則這些用字不應解釋成在這裡描述的各個步驟之間的任何特定順序。

本發明之實施例係有關用來提供廣告提示及關鍵字搜尋詢問結果圖形使用者介面之系統、方法及電腦媒體。根據本發明之實施例，具提示功能之廣告係包括在搜尋結果網頁中，以呈現給使用者。當使用者藉由，例如，

以一滑鼠游標指到廣告上，來與具提示功能之廣告互動時，一與廣告相關的廣告提示便顯示在廣告旁。

如上所述，搜尋廣告常常無法區別它們本身與其他包含在搜尋結果網頁中的搜尋廣告。搜尋廣告通常也無法以它們的視覺外觀來吸引使用者注意，反而靠著放置在搜尋結果網頁的第一位置上來吸引使用者注意，而不是靠它們的視覺外觀。具提示功能之廣告係強大的視覺工具，當使用者與廣告互動時，具提示功能之廣告便允許如產品影像、網頁預覽、標誌的附加資訊、或將吸引使用者注意的附加文字內容顯現在廣告旁。此外，無須離開搜尋結果網頁或打開一個新視窗，具提示功能之廣告便能讓使用者觀看比在傳統搜尋廣告中呈現的內容更多。

在本發明之一實施例中，提供一關鍵字搜尋詢問結果使用者介面。使用者介面包含一關鍵字搜尋詢問輸入區，其能接收一使用者關鍵字搜尋詢問。使用者介面也包含至少一搜尋結果區，每個搜尋結果區顯示與所收到的使用者關鍵字搜尋詢問有關的網頁連結及對應內文。使用者介面更包含至少一搜尋廣告區，每個搜尋廣告區顯示一個包含網頁連結及對應內文的廣告。使用者與廣告區互動致使廣告提示在靠近廣告區的位置顯現。廣告提示係與廣告有關。

在另一實施例中，係從一使用者接收一搜尋詢問。複數個與搜尋詢問有關的網頁會被識別。識別具有提示功

能的廣告，如此使用者與廣告互動致使一廣告提示在靠近廣告的位置顯現。隨後便產生一搜尋結果網頁。搜尋結果網頁包括至少一個與使用者詢問有關的已識別網頁及已識別具提示功能之廣告。接收使用者與具提示功能之廣告互動的指示。傳送指令以在靠近廣告之處顯示廣告提示，以回應所收到的使用者互動之指示。

在又一實施例中，係提供一關鍵字搜尋詢問結果使用者介面。使用者介面包含一關鍵字搜尋詢問輸入區，其能接收一使用者關鍵字搜尋詢問。使用者介面也包含至少一搜尋結果區，每個搜尋結果區顯示一與所收到的一使用者關鍵字搜尋詢問有關的網頁連結及對應內文。使用者介面更包含至少一搜尋廣告區，每個搜尋廣告區顯示一個包含一網頁連結及對應內文的廣告。使用者與廣告區互動便致使廣告區展開、使一廣告提示在已展開的廣告區中顯現、並使在已展開區下面的搜尋廣告和搜尋結果區往下移動，以能容納已展開的廣告區。廣告提示係與廣告有關。

已簡要敘述本發明之一些實施例的概要，而為了對本發明之各種方面提供一通用形式，便於下方描述可實作本發明之操作環境之範例。首先參考第一圖，係為一用來實作本發明之實施例的操作環境之示意圖，其通常稱為計算裝置 100。計算裝置 100 只不過是一個適當的計算環境之範例，且不受限於本發明之實施例的使用或功能之範圍。計算裝置 100 也不應解釋成與所述之任何元

件或元件組合有關的附屬裝置或必須裝置。

本發明之實施例可在電腦代碼或機器可用指令的通用形式中描述，這些指令包括如程式模組的電腦可執行指令，並藉由一電腦或其他機器，如一個人數位助理或其他手持裝置來執行。一般來說，包括常用程式、程式、物件、元件、資料結構等的程式模組係指進行特定工作或實現特定抽象資料型態的程式碼。本發明之實施例可以各種系統組態來實行，包括手持裝置、消費電子產品、通用電腦、更專業計算裝置等。本發明之實施例也可在分散式計算環境中實行，其中在分散式計算環境中，係藉由遠端處理裝置透過一通訊網路來連結以執行工作。

參考第 1 圖，計算裝置 100 包括一匯流排 110，其直接或間接耦接下列裝置：記憶體 112、一或更多處理器 114、一或更多呈現元件 116、輸入/輸出(I/O)埠 118、輸入/輸出(I/O)元件 120、以及一說明用的電源供應器 122。匯流排 110 可表示一或更多匯流排(如一位址匯流排、資料匯流排、或其組合)。雖然第 1 圖的各個方塊係為了清楚而與線條一起顯示，但實際上，各種元件的輪廓並不是那麼清楚，譬如更準確地說，線條應是灰色或模糊的。例如，如顯示裝置的呈現元件可認為是 I/O 元件。又，處理器具有記憶體。我們認同上述為本發明固有特徵，並重申第 1 圖只是一個可使用於本發明一或更多實施例中的計算裝置之示意圖。當在第 1 圖之範圍中考量到如「工作站」、「伺服器」、「膝上型電腦」、「手持裝置」等

之類並提到「計算裝置」時，並未清楚區別上述元件之間。

計算裝置 100 通常包括各種電腦可讀取媒體。電腦可讀取媒體可為任何可被計算裝置 100 存取之可用媒體，並包括揮發性和非揮發性媒體以及可卸除和非可卸除媒體。藉由範例，但不以此為限，電腦可讀取媒體可包含電腦儲存媒體。電腦儲存媒體包括揮發性和非揮發性媒體以及可卸除和非可卸除媒體，其係以任何方法或技術來實作，以儲存如電腦可讀取指令、資料結構、程式模組、或其他資料的資訊。電腦儲存媒體包括，但不以此為限，RAM、ROM、EEPROM、快閃記憶體或其他記憶體技術、CD-ROM、數位光碟(DVD)或其他光碟儲存器、卡式磁帶、磁帶、磁碟儲存器或其他磁性儲存裝置、或任何其他可用來儲存所需資訊且可被計算裝置 100 存取的媒體。

記憶體 112 包括為非揮發性及/或非揮發性記憶體形式的電腦儲存媒體。記憶體可為可卸除、非可卸除或其組合。所示範的硬體裝置包括固態硬體、硬體裝置、光碟裝置等。計算裝置 100 包括一或更多處理器，其從各種如記憶體 112 或 I/O 元件 120 的實體中讀取資料。呈現元件 116 呈現資料指示給一使用者或其他裝置。所示範的呈現元件包括一顯示裝置、喇叭、列印元件、震動元件等。

I/O 埠 118 允許計算裝置 100 邏輯地耦接至包括 I/O 元

件 120 的其他裝置，而其中有些裝置可內建在計算裝置 100 中。說明的元件包括麥克風、搖桿、遊戲手把(game pad)、衛星收訊器(satellite dish)、掃描器、印表機、無線裝置等。

如先前所述，本發明之實施例係關於具提示功能之搜尋廣告。傳統搜尋結果使用者介面係參考第 2 圖來說明。本發明之實施例將參考第 3 圖至第 6 圖來說明。

第 2 圖說明一傳統搜尋結果網頁 200。在一使用者鍵入一搜尋關鍵字 203 或一組關鍵字至關鍵字搜尋詢問輸入區 202，並進行一搜尋詢問程序之後，便產生搜尋結果網頁 200。搜尋結果網頁 200 包括搜尋廣告區 204。搜尋廣告區 204 顯示一個包含廣告 1 超連結 206 及對應之內文摘要 208 的搜尋廣告 209。搜尋廣告區 210 顯示一個包含廣告 2 超連結 212 及對應之內文摘要 214 的搜尋廣告 215。如搜尋廣告 209、215 的搜尋廣告除了包含內文，通常不包含影像或資訊。廣告 1 超連結 206 和廣告 2 超連結 212 是連到可發掘更多關於此廣告產品或服務的資訊之網頁。除了別的內容，內文摘要 208、214 可敘述促銷訊息、產品品質、獲獎資訊、或相較於競爭產品的產品優勢。

搜尋結果區 216 顯示一個包含結果 1 超連結 218 及對應之內文摘要 220 的搜尋結果 221。搜尋結果區 222 顯示一個包含結果 2 超連結 224 及對應之內文摘要 226 的搜尋結果 227。搜尋結果 221、227 係由搜尋提供者來決

定，以與所收到的使用者關鍵字 203 有關，且通常係按相關性由大到小的順序來排列，如此搜尋結果 221 會比搜尋結果 227 更與使用者關鍵字 203 有關。結果 1 超連結 218 及結果 2 超連結 224 係連到可發掘相關內容的網頁。內文摘要 220、226 通常為內容的簡短摘要或包括所鍵入之關鍵字 203 的部份內容。

如上所述，在如搜尋結果網頁 200 的傳統關鍵字搜尋詢問結果使用者介面中，搜尋廣告 209、215 沒有在視覺上吸引使用者注意。雖然搜尋廣告 209、215 係陳列在搜尋結果 221、227 的上方，但在其他方面倒不顯眼。根據本發明之實施例，第 3 圖至第 6 圖說明使用具提示功能之搜尋廣告能使廣告提示顯現在靠近一廣告區的位置。

第 3 圖顯示一搜尋結果網頁 300。搜尋結果網頁 300 包括搜尋廣告區 304。搜尋廣告區 304 顯示一個包含廣告 1 超連結 306 及對應之內文摘要 308 的搜尋廣告 309。搜尋廣告區 310 顯示一個包含廣告 2 超連結 312 及對應之內文摘要 314 的搜尋廣告 315。搜尋結果區 316 顯示一個包含結果 1 超連結 318 及對應之內文摘要 320 的搜尋結果 321。搜尋結果區 322 顯示一個包含結果 2 超連結 324 及對應之內文摘要 326 的搜尋結果 327。

搜尋廣告 309 係一個具提示功能之廣告。相較於傳統的搜尋廣告，如第 2 圖中的搜尋廣告 209、205，使用者與具提示功能之廣告的廣告區互動便能使一廣告提示顯現在靠近廣告區的地方。廣告提示係與廣告有關。在第

3 圖中，一使用者已與廣告區 304 互動而使廣告提示 330 在廣告區 304 附近顯現。廣告提示 330 可以是任何與廣告有關的內容，包括與廣告相關的標誌、產品、網頁、或發言人之影像。例如，若一個汽車公司放置了廣告 309，則廣告提示 330 可能會是一張宣傳汽車模型的影像或是汽車廠商的標誌。

一使用者可以一些方式與一廣告區互動。使用者互動的方式包括，但不以此為限：將一個如滑鼠游標的選擇指示器移到(hover)廣告區上；透過一滑鼠點擊或觸碰或筆尖輸入來選擇廣告區；以及以一滑鼠游標、手指、或筆尖來捲動廣告區。在一實施例中，使用者互動的方式為將一個選擇指示器移到廣告區上。在這樣的實施例中，一個移到一廣告區的滑鼠游標致使一廣告提示顯現。在一些實施例中，系統會將一使用者持續瀏覽搜尋結果網頁 300 的情況解釋成使用者互動，並陸續地對每個具提示功能之廣告顯示廣告提示。例如，一個對一第一具提示功能之廣告的第一廣告提示可能會顯現 5 秒後消失。接著，一個對一第二具提示功能之廣告的第二廣告提示可能會顯現 5 秒後消失等等。

廣告提示 330 也可包括活動連結，其在與一使用者互動時，便進行一活動或導覽使用者到一個與廣告有關的網站或網頁。在一實施例中，係藉由使用一滑鼠游標點擊或觸控或筆尖輸入來選擇活動連結以達到與活動連結互動。活動連結可採取按鍵或圖像的形式。例如，一活

動連結可導覽一使用者到一個與廣告有關的網頁，以購買一宣傳產品、識別此宣傳產品的剩餘庫存、或獲得此宣傳產品的報價。活動連結也可確認對此宣傳產品的地方零售商或業者。在一些實施例中，活動連結係開啟一小視窗或在一彈出視窗中顯示附加資訊，如此使用者就不會離開搜尋結果網頁 300。

廣告提示 330 也可包括不包括在廣告 309 的內文摘要 308 中之附加文字內容。例如，一個特定促銷可能太詳細而無法在內文摘要 308 提供的少量空間中適當地表達，額外的細節便可在廣告提示 330 中提出。附加之文字內容也可以設計成能吸引一使用者注意的文字，如「SALE!」、「YEAR-END EVENT!」、或其他文字內容。

廣告區 304 為被廣告 309 佔用的部份之搜尋結果網頁 300。在傳統的搜尋廣告中，廣告區不會被標示輪廓或以其他方式定出界線。在一實施例中，如第 3 圖所示，當使用者與廣告區 304 互動時，廣告區 304 便立即被標示輪廓或以其他方式突顯。這個突顯區別了廣告 309 和廣告 315，並指出廣告提示 330 係與廣告 309 有關聯。廣告區 304 的其他突顯形式包括亮度醒目提示、網底、粗體、斜體、或顯示一圖像或符號。在一實施例中，廣告區 304 與使用者互動時可稍微移動，例如往上或往右，以指示在廣告區 304 中顯示的廣告 309 係與因使用者互動而產生的廣告提示 330 有關。

在一些實施例中，廣告區 304 包括一提示指示器，用

來警示一與廣告區 304 互動的使用者將顯示廣告提示 330。這樣一來，一使用者可立即確認廣告具有可用的提示並可與這些廣告互動。這在不是所有搜尋廣告皆為具提示功能的情況下特別有用。例如，一個符號可包括在一廣告區 304 中以警示一使用者廣告 309 為具提示功能的。在一些實施例中，具提示功能之廣告的廣告區係被標示輪廓、醒目提示、邊緣醒目、或以其他方式突顯，以指出廣告是具提示功能的。

在一些實施例中，廣告提示 330 只在使用者互動期間顯示。例如，若使用一滑鼠游標移到廣告區 304 上來達到使用者互動，則在滑鼠游標移到廣告區 304 上的期間，會持續顯示廣告提示 330，但當從廣告區 304 上移開滑鼠遊標時，廣告提示 330 便會消失。在其他實施例中，廣告提示 330 會持續顯示直到執行一第二動作為止，如移到另一個廣告區或搜尋結果區、或移到使用者最初取消或選擇的另一個廣告區或搜尋結果區。廣告提示 330 可以是任何大小。在一實施例中，廣告提示 330 係大到能夠容納一個足夠傳遞有用資訊的影像，但小到不會干擾其他顯示在搜尋結果網頁 300 上的資訊。

第 4A 圖和第 4B 圖說明第 3 圖的廣告提示相對於廣告區 304 的顯現位置之示意圖。在第 4A 圖中，廣告提示 330 係與廣告區 304 的右角落部份重疊。在第 4B 圖中，廣告提示 330 係位在廣告區 304 的下方。廣告提示 330 可位在任何靠近廣告區 304 的位置，且可部份重疊、圍

在周圍、或緊鄰著廣告區 304。在一些實施例中，若廣告區 330 係位在廣告區 304 的下方、上方、或任何其他位置，而遮蓋或干擾其他廣告、搜尋結果、或其他在搜尋結果網頁 300 上的內容，則其他內容會相應地移開。例如，在第 4B 圖中，使用者與廣告區 304 互動致使廣告提示 330 在廣告區 304 的下方顯現。於是，廣告提示 330 會遮蓋到部份的廣告 315。為了避免干擾廣告 315，顯示廣告 315 的廣告區 310 以及搜尋結果區 316、322 和任何其他在廣告區 304 下方的內容都會被往下移動，以便顯示廣告提示 330。

第 5 圖說明一廣告提示係合併在顯示一廣告的廣告區中，而廣告提示並不是一個單獨的項目之實施例。搜尋結果網頁 500 包括搜尋廣告區 504。搜尋廣告區 504 顯示一個包含廣告 1 超連結 506 及對應之內文摘要 508 的搜尋廣告 509。搜尋廣告區 510 顯示一個包含廣告 2 超連結 512 及對應之內文摘要 514 的搜尋廣告 515。搜尋結果區 516 顯示一個包含結果 1 超連結 518 及對應之內文摘要 520 的搜尋結果 521。搜尋結果區 522 顯示一個包含結果 2 超連結 524 及對應之內文摘要 526 的搜尋結果 527。

在第 5 圖中，一使用者已與廣告區 504 互動。與廣告區 504 互動使得廣告區 504 展開，以使廣告提示 530 顯現在已展開之廣告區中，並使廣告區 510 和搜尋結果區 516、522 往下移動以容納已展開之廣告區。在第五圖中

的使用者互動也已造成廣告區 504 被標示輪廓，以指示廣告提示 530 係與廣告區 504 有關。在一實施例中，廣告提示 530 係為包括在廣告 509 中的附加文字內容。在這樣的實施例中，廣告提示 530 可能是連續的內文摘要 508，如此對一使用者來說，廣告 509 的內文摘要 508 已簡單地展開了。如關於第 3 圖所述，廣告提示 530 也可能是任何與廣告有關的內容，包括與廣告相關的標誌、產品、網頁、或發言人之影像。廣告提示 530 也可包括活動連結，其在與一使用者互動時，便進行一活動或導覽使用者到一個與廣告有關的網站或網頁。雖然在第五圖中的廣告區 504 係顯示向下展開，但廣告區 504 可往任何方向展開，如此廣告提示 530 可位在展開的廣告區中的任何位置。

第 5 圖係為提供廣告提示之方法的步驟流程示意圖 600。步驟 602 中，接收一使用者搜尋詢問。步驟 604 中，識別了複數個與搜尋詢問有關的網頁。步驟 606 中，識別一廣告係具有提示功能的，如此使用者與此廣告互動致使一廣告提示在靠近廣告的地方顯現。步驟 608 中，產生了一搜尋結果網頁，其中此搜尋結果網頁包括至少一個與使用者詢問有關的已識別網頁及已識別具提示功能之廣告。步驟 610 中，接收了使用者與具提示功能之廣告互動的指示。為了回應所收到的使用者互動之指示，便在步驟 612 中傳送指令以將廣告提示顯示在靠近廣告之處。

在一些實施例中，對一搜尋提供者來說，所有在一搜尋結果網頁上顯示的廣告皆為具有提示功能的。在這樣的實施例中，廣告商可具體指定他們想要顯示的廣告提示、或是搜尋提供者可動態地在廣告商的標致或最出名之產品的廣告設計出時，產生一廣告提示。在其他實施例中，所顯示之廣告提示係動態地根據使用者互動來產生。在又一實施例中，當一廣告商建立一搜尋廣告時，廣告商選擇搜尋廣告是否為具有提示功能的，且也可具體指定廣告提示或一旦使用者互動時所顯示的提示。在一些實施例中，包括在廣告提示中的活動連結係由搜尋提供者或其他第三者自動地產生，而不是由一廣告商產生。

廣告商通常基於一使用者鍵入的關鍵字來購買搜尋廣告。例如，一第一廣告商可購買股權以擁有顯示在一搜尋結果網頁的搜尋廣告，其中此搜尋結果網頁係當一使用者搜尋關鍵字「word」而產生的。在一些實施例中，一廣告商購買更多關鍵字用於同一個廣告。廣告商可基於一使用者鍵入的更多關鍵字來具體指定不同的廣告提示。因此，第一廣告商可建立一個單一的搜尋廣告並購買關鍵字「car」和「automobile」。第一廣告商可判斷，例如，年長的使用者較有可能搜尋「automobile」，而年輕的使用者較有可能搜尋「car」，並對每個適合可能族群的關鍵字建立不同的廣告提示。

可調整對廣告的定價模型和優先順序判定以合併具提

示功能之搜尋廣告。對能顯示聲音的文字廣告所示範的定價模型和優先順序判定係詳細描述於下列皆於2010/3/17共同申請的美國專利申請書中：第12/726,067號，標題為「Voice-Enabled Text Advertisements」、第12/725,989號，標題為「Pricing for Voice-Enabled Text Advertisements」、以及第12/726,035號，標題為「Voice Customization for Voice-Enabled Text Advertisements」。這三個共同申請的申請書係於此合併參考。在上述三個申請書中所述對能顯示聲音的文字廣告的定價模型和優先順序判定可修改成對具提示功能之廣告。

一般地，係以廣告顯示次數(cost-per-impression, CPI)或廣告點擊次數(cost-per-click, CPC)為準則來出價。一廣告商出的購買金額係願意支付每次顯示一個廣告的費用或使用者每次點選或點擊所顯示之廣告的費用。廣告系統提供者可按照一CPI出價及/一CPC出價來排列廣告，以決定廣告是否應被選擇來用於一個已知要求廣告的請求，及/或決定廣告是否應顯示為一主要廣告。例如，航空公司A可對每個由於選取或呈現廣告來存取自身資訊的使用者出價\$1.00，而航空公司B可對每個由於選取或呈現廣告來存取自身資訊的使用者出價\$1.75。

在此例中，航空公司B大概能「贏得」此投標，且因此，自身的廣告也可被點選或呈現。此外，航空公司B的廣告可被選擇或顯示成主要的廣告，並置於一顯眼位置上。例如，在搜尋上下文中，航空公司B的廣告可放

置在搜尋結果網頁的頂端或中央的位置，或在一列廣告的頂端之位置。具有高 CPC 出價的廣告可放置在更顯眼的位置，因為一更顯眼的廣告或主要廣告有很大的可能被一使用者點選，因此，增加了從 CPC 出價產生的收入量。

或者，一廣告傳送系統可根據與廣告有關的幣值 (monetization value) 來排列廣告。對搜尋廣告的幣值可基於一 CPC 出價和一與廣告有關的點擊率 (CTR) 來計算。CTR 係使用者已點擊一特定廣告的速率。CPC 出價和 CTR (CPC 出價 $\times$ CTR) 的乘積係為幣值，且最高的乘積，即最高的幣值，可能排的比其他廣告高，且很有可能依次被點選而顯示。例如，若航空公司 B 的廣告具有的 CTR 為 5%，則廣告的幣值可計算為 0.0875 (1.75×0.05)。若航空公司 A 的廣告具有的 CTR 為 10%，則廣告的幣值可計算為 0.10 (1.00×0.10)。在此例中，航空公司 A 的廣告將會「贏得」且比航空公司 B 的廣告顯示在更顯眼的位置。

根據本發明之實施例，具提示功能之文字廣告可基於各種出價值及/或歷史資訊來被點選而顯示。廣告商仍可依照一 CPC 出價，且一 CTR 仍可與每個具提示功能之廣告有關。除了傳統之如依點擊率、使用者執行等來出價的出價選擇，廣告商可選擇性地對一廣告提示出價。一提示次數 (cost-per-hint, CPH) 出價可包括在對一具提示功能之搜尋廣告的一幣值之計算內。

各種公式可使用在本發明之不同實施例中，以計算具

提示功能之搜尋廣告的幣值。公式可合併各種不同貨幣因子來排列廣告，並依次選取搜尋廣告及具提示功能之搜尋廣告來顯示。

在一具體實施例中，例如，可使用下列數學式來計算一幣值：

$$MV(h) = CPH/1000 + CPC(h) * CTR(h)$$

其中 $MV(h)$ 表示一具提示功能之搜尋廣告的幣值， $CPH/1000$ 是在每一千次顯示具提示功能之搜尋廣告中，顯現廣告商已對廣告提示出價的提示次數， $CPC(h)$ 是依照廣告商對具提示功能之搜尋廣告的提示點擊次數出價，及 $CTR(h)$ 是對具提示功能之搜尋廣告的提示點擊率。 $CPC(h)$ 可基於當提示顯現時點擊、當提示尚未顯現時點擊、一旦提示消失時點擊等情況來出價。

在另一具體實施例中，例如，可使用下列數學式來對一廣告商進行一價格評估：

$$\text{Monthly \$} = I * CPI/1000 + H * CPH/1000 + C * CPC$$

其中 $\text{Monthly \$}$ 表示一廣告商每個月所欠的估計量， I 是顯示次數， $CPI/1000$ 表示在每 1000 次廣告顯示中的廣告顯示次數出價， H 是提示顯示的次數， CPH 是依據廣告商的提示顯示次數出價， C 是點擊次數，及 CPC 是根

據廣告商的點擊次數出價。在上述舉例的公式中，CPI 和 CPH 出價為廣告顯現次數及/或每 1000 次廣告顯現或提示顯現或提示將顯現的提示顯現次數出價。或者，CPI 及/或 CPH 可能針對 N 次廣告顯現及/或廣告呈現來出價，這裡的 N 為任意數。

已討論本發明之關於具提示功能之搜尋廣到的實施例。具提示功能顯示廣告通常在使用者瀏覽一網頁時顯示在網頁上，並因此被注意。具提示功能顯示廣告可能是以文字為基礎的廣告或具有豐富多媒體的廣告。這裡描述的使用者介面可在平板計算裝置、智慧型手機、PDA、或其他無線裝置上實作。

本發明已敘述了特定實施例，是為了在各方面說明，而不是作限制。其他實施例對熟悉本技藝之人士來說是顯而易見的，無須偏離本領域便能呈現本發明。

鑒於上述，本發明能獲得所有上述提出的目的和目標，以及對系統和方法顯著及固有的其他優點。了解某些特徵和子組合係通用且無須參考其他特徵和組合便可使用。這是藉由並在申請專利範圍內來思及。

【圖式簡單說明】

本發明係參考所附圖式來詳細說明，其中：

第 1 圖係根據本發明之實施例之一計算環境的方塊示意圖；

第 2 圖係習知搜尋引擎使用者介面之方塊圖；

第 3 圖係根據本發明之實施例之一搜尋結果網頁使用者介面的方塊示意圖，其中在使用者介面上靠近一廣告區之處顯示了一廣告提示；

第 4A 圖說明根據本發明之實施例，靠近一廣告區的一廣告提示之可能顯示的位置；

第 4B 圖說明根據本發明之實施例，靠近一廣告區的一廣告提示之另一個可能顯示的位置；

第 5 圖係根據本發明之實施例之一搜尋結果網頁使用者介面的方塊示意圖，其中當使用者與一廣告區互動時，廣告區便向下展開以合併一廣告提示；及

第 6 圖係為提供廣告提示之方法的步驟流程圖。

【主要元件符號說明】

100	計算裝置
110	匯流排
112	記憶體
114	處理器
116	呈現元件

118	I/O 埠
120	I/O 元件
122	電源供應器
200	搜尋結果網頁
203	關鍵字
202	關鍵字搜尋詢問輸入區
300、500	搜尋結果網頁
204、210、304、310、504、510	搜尋廣告區
206、306、506	廣告 1 超連結
208、214、220、226	內文摘要
308、314、320、326	
508、514、520、526	
209、215、309、315、509、515	搜尋廣告
212、312、512	廣告 2 超連結
218、318、518	結果 1 超連結
224、324、524	結果 2 超連結
221、227、321、327、521、527	搜尋結果
216、222、316、322、516、522	搜尋結果區
330、530	廣告提示
600	步驟流程圖
602-612	步驟

七、申請專利範圍：

1. 一種電腦儲存硬體裝置，該電腦儲存硬體裝置儲存用於一關鍵字搜尋詢問結果之圖形使用者介面的電腦可執行指令，該使用者介面包含：

一關鍵字搜尋詢問輸入區，其能接收一使用者關鍵字搜尋詢問；

至少一搜尋結果區，每一搜尋結果區顯示與所收到使用者關鍵字搜尋詢問有關的一網際網路網頁連結及對應內文；及

至少一搜尋廣告區，每一搜尋廣告區顯示一廣告，該廣告包含一網際網路網頁連結及對應內文，

其中與該搜尋廣告區之使用者互動致使一廣告提示在靠近該搜尋廣告區的位置顯現，

其中如果該廣告提示將干擾其他搜尋廣告區或該至少一搜尋結果區中任意者，則將被干擾的該等其他搜尋廣告區及搜尋結果區被移動以容納該廣告提示，且

其中該廣告提示與該廣告有關。

2. 如申請專利範圍第 1 項所述之電腦儲存硬體裝置，其中該廣告提示係為與該廣告相關的一標誌、產品、網頁、或發言人之一影像。

3.如申請專利範圍第 1 項所述之電腦儲存硬體裝置，其中該廣告提示包括活動連結，當該使用者選取該活動連結時，便進行一活動或導覽該使用者到與該廣告有關的一網站。

4.如申請專利範圍第 1 項所述之電腦儲存硬體裝置，其中該廣告提示包括附加的文字內容，該附加的文字內容不包括在該廣告中。

5.如申請專利範圍第 1 項所述之電腦儲存硬體裝置，其中該使用者互動係將一選擇指示器懸停(hover)在該搜尋廣告區上。

6.如申請專利範圍第 1 項所述之電腦儲存硬體裝置，其中該搜尋廣告區在當該使用者與該搜尋廣告區互動時被突顯，如此該使用者可輕易確認該廣告提示所對應之該廣告。

7.如申請專利範圍第 1 項所述之電腦儲存硬體裝置，其中含有一廣告之該搜尋廣告區之每一者在該使用者互動之前係被表示為具提示功能(hint-enabled)，使用者互動致使該廣告之一廣告提示顯現。

8.如申請專利範圍第 1 項所述之電腦儲存硬體裝置，其

中該廣告提示係在靠近該搜尋廣告區的右側顯示。

9.如申請專利範圍第 1 項所述之電腦儲存硬體裝置，其中該廣告提示係與該搜尋廣告區重疊。

10.如申請專利範圍第 1 項所述之電腦儲存硬體裝置，其中該廣告提示係顯示在該搜尋廣告區之下方，且其中在顯示該廣告提示所針對之該搜尋廣告區下方之其他搜尋廣告區會往下移動以容納該廣告提示。

11.一種用於提供廣告提示之方法，該方法包含下列步驟：

從一使用者接收一搜尋詢問；

識別與該搜尋詢問有關的複數個網頁；

識別具提示功能(hint-enabled)之一廣告，如此與該廣告之使用者互動致使一廣告提示在靠近該廣告的位置顯現；

產生一搜尋結果頁，該搜尋結果頁包括與該使用者詢問有關的該等經識別網頁的至少一連結、及該已識別具提示功能之廣告；

接收該使用者與具提示功能之該廣告互動的一指示；及

在靠近該廣告之處顯示該廣告提示，以回應有關使用者互動之該所接收指示，

其中如果該廣告提示將干擾該搜尋結果頁的其他內容，則該搜尋結果頁的該些其他內容被移動以容納該廣告提示。

12.如申請專利範圍第 11 項所述之方法，其中該廣告提示係為與廣告相關的一標誌、產品、網頁、或發言人之影像。

13.如申請專利範圍第 11 項所述之方法，其中該廣告提示包括活動連結，當一使用者選取該活動連結時，該活動連結便進行一活動或導覽該使用者到與該廣告有關的一網站。

14.如申請專利範圍第 11 項所述之方法，其中該廣告提示包括附加的文字內容，該附加的文字內容不包括在該廣告中。

15.如申請專利範圍第 11 項所述之方法，其中所顯示之該廣告提示係回應於收到有關使用者互動之該指示而動態地產生。

16.如申請專利範圍第 11 項所述之方法，其中在建立該廣告時，便具體定義該廣告是具有提示功能的。

17.如申請專利範圍第 16 項所述之方法，其中在建立該廣告時便具體定義所顯示之該廣告提示。

18.如申請專利範圍第 16 項所述之方法，其中該廣告具有複數個有關的廣告提示，且其中回應於所收到的有關使用者互動之該指示而顯示之該廣告提示因所收到之使用者關鍵字搜尋詢問而異。

19.一種用於提供一關鍵字搜尋詢問結果之圖形使用者介面的系統，該系統包含：

至少一處理器；及

一或更多電腦可讀取媒體，該一或更多電腦可讀取媒體儲存電腦可使用指令，當該等指令由該至少一處理器使用時致使該至少一處理器進行下列操作：

識別出有關於一所接收關鍵字搜尋詢問的複數個網頁；

產生一搜尋結果頁，該搜尋結果頁包括至少一搜尋結果區及至少一搜尋廣告區，每一搜尋結果區顯示有關於該所接收關鍵字搜尋詢問的該等經識別網頁中之一者的一連結及對應內文；

其中使用者與該搜尋廣告區互動致使該搜尋廣告區展開、致使有關於該搜尋廣告區的一廣告提示在已展開之該搜尋廣告區中顯現、並致使在已展開之該搜尋廣告區下面的其他搜尋廣告區和搜尋結果區往下移

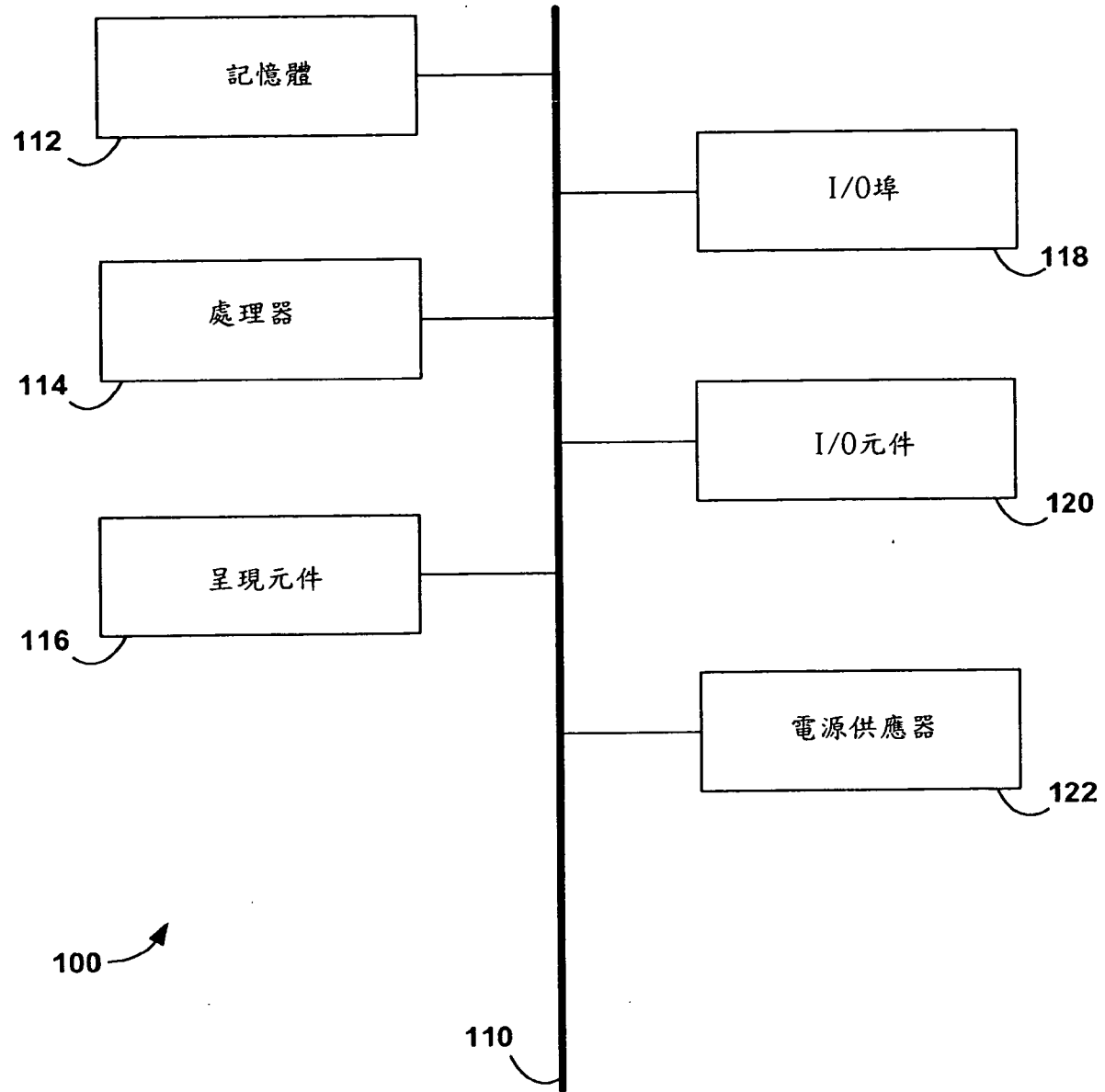
動，以容納已展開之該搜尋廣告區。

20.如申請專利範圍第 19 項所述之系統，其中該廣告提示包括下列元件中至少一者：

與該廣告相關的一標誌、產品、網頁、或發言人之一影像；

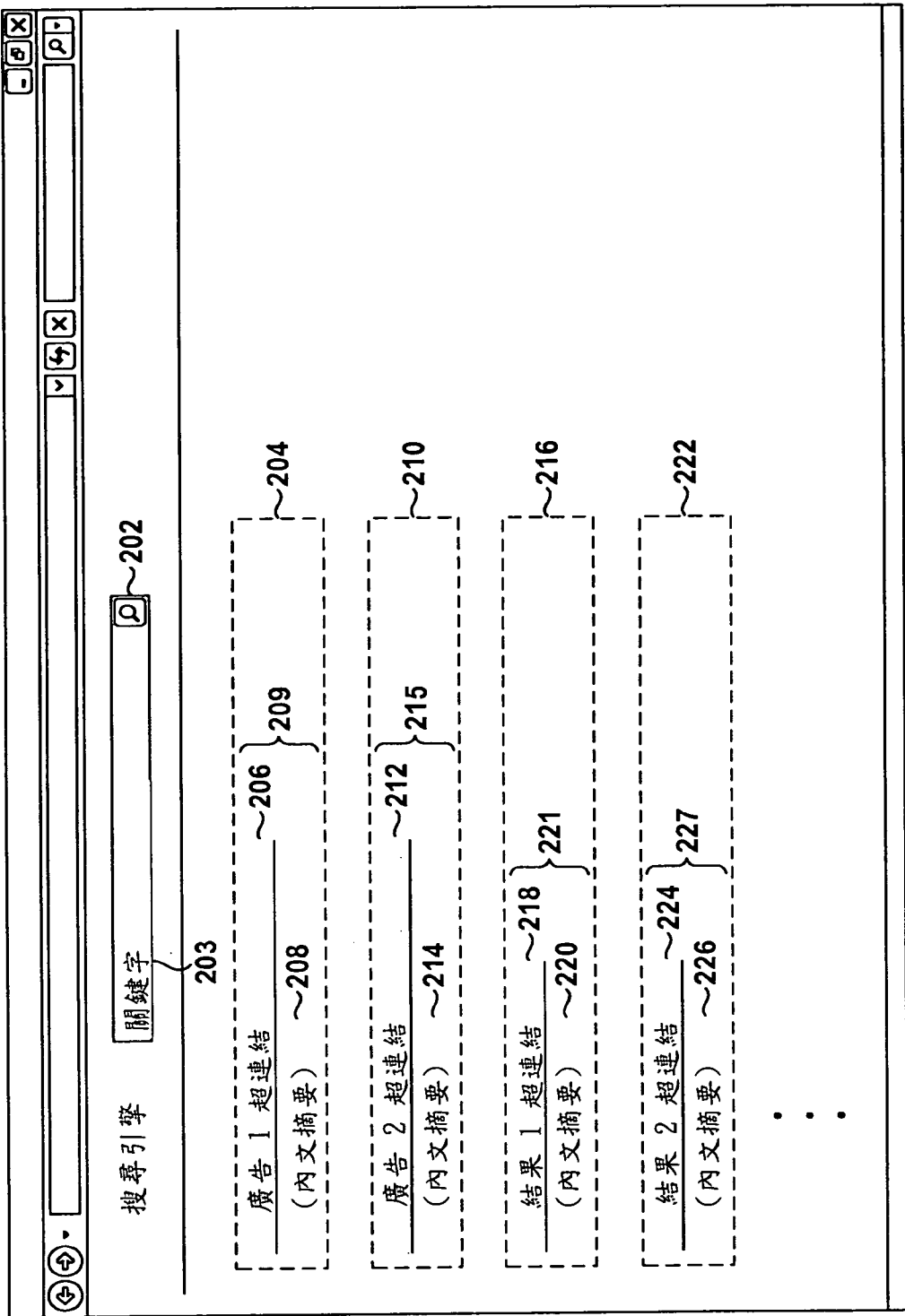
活動連結，當一使用者選取該活動連結時，該活動連結便進行一活動或導覽該使用者到與該廣告有關的一網站；及

不包括在該廣告中之附加的文字內容。

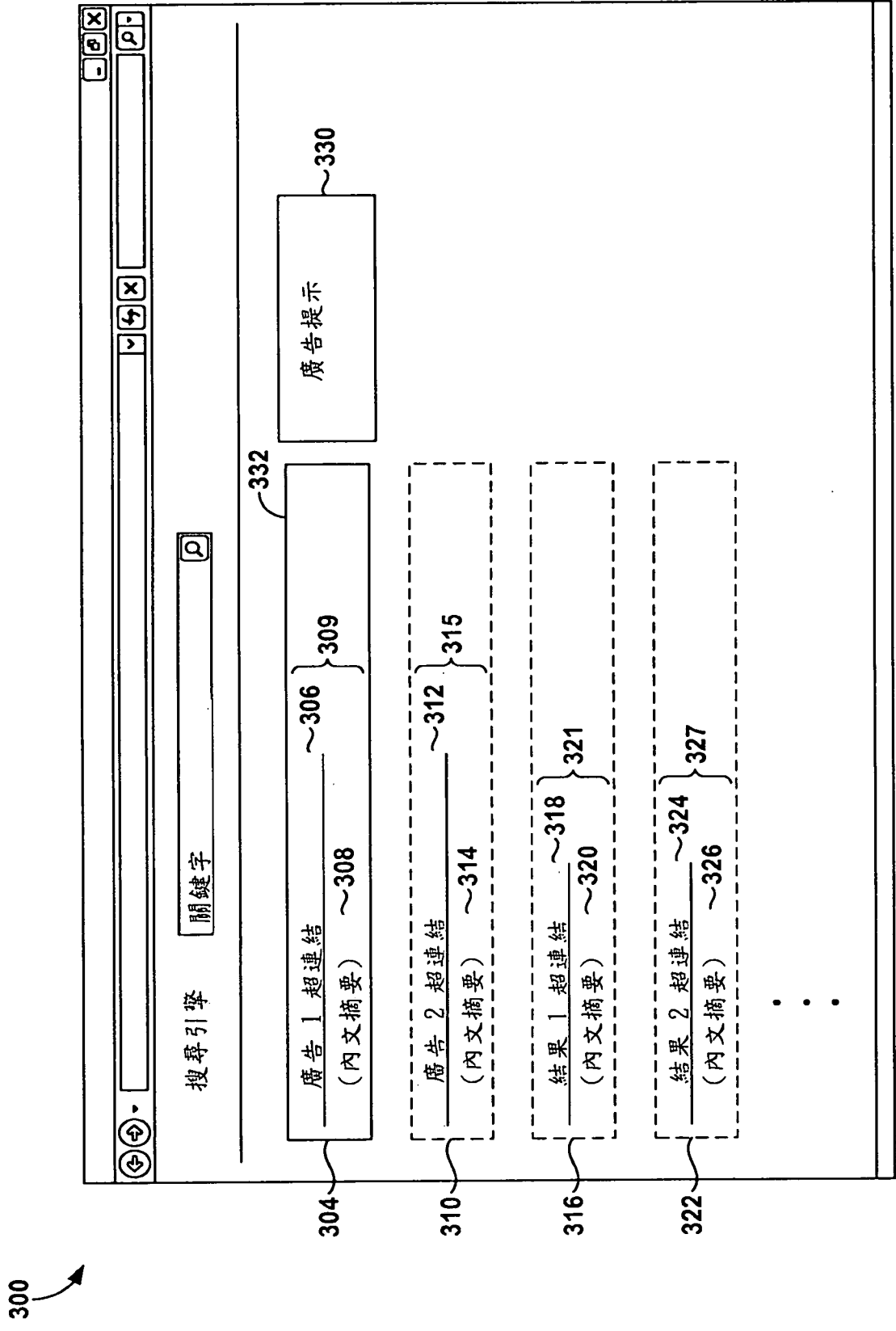


第1圖

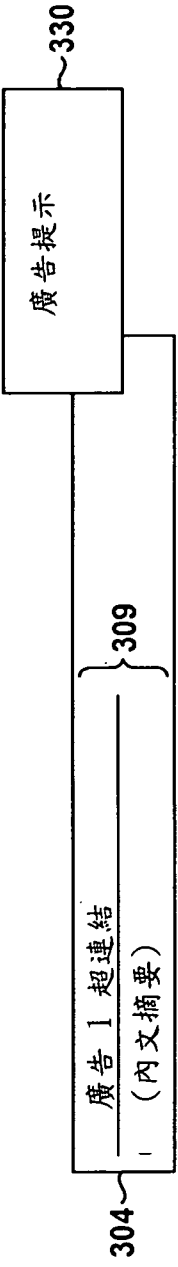
200



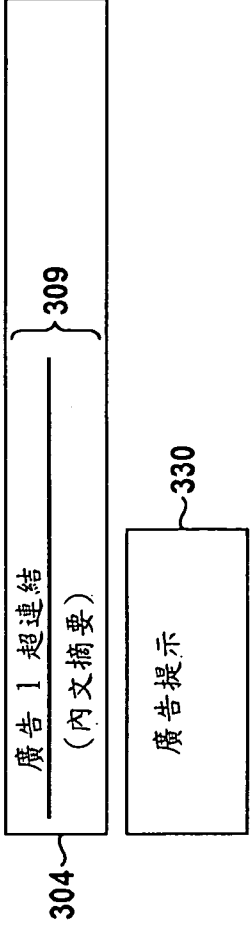
第2圖



第3圖

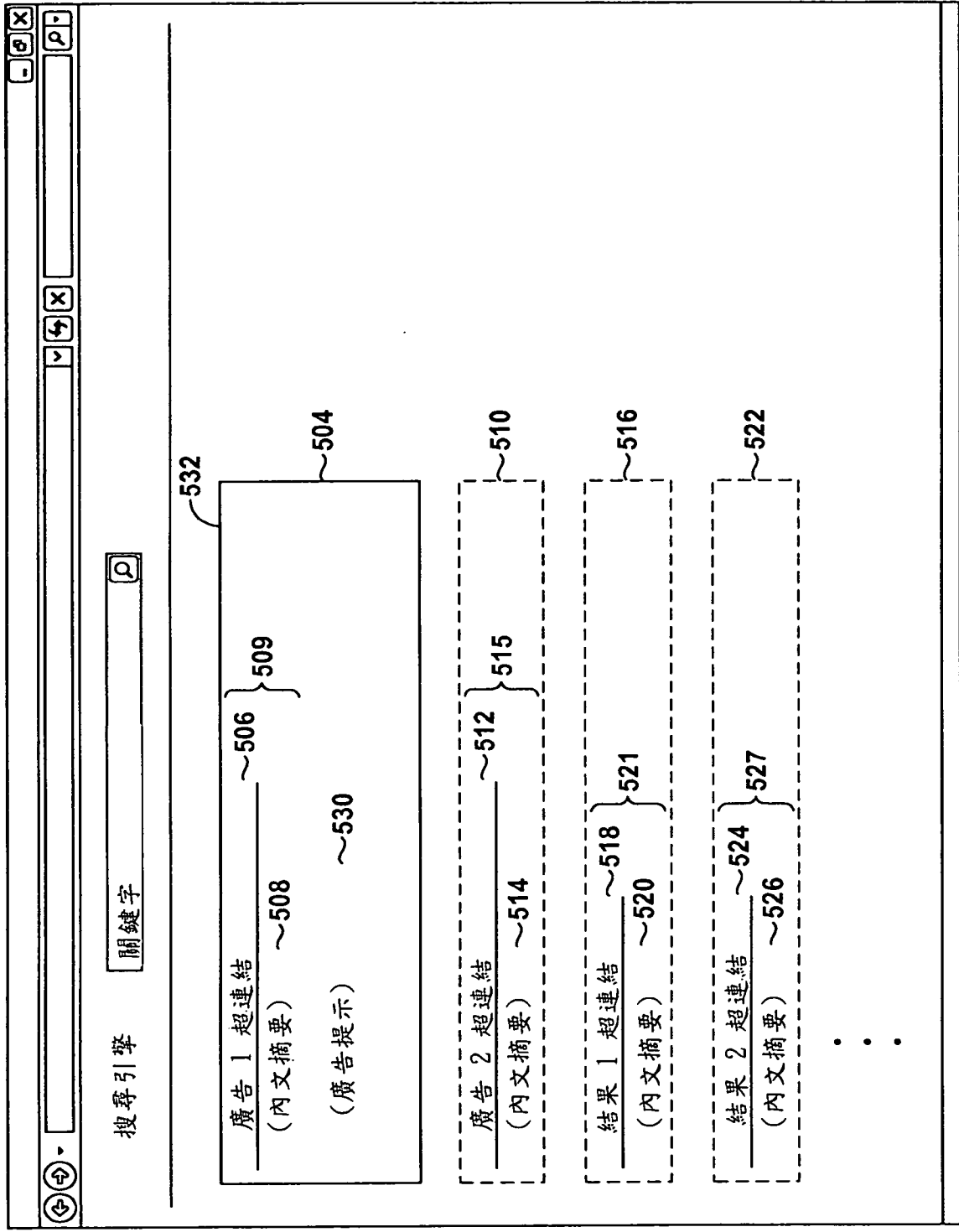


第4A圖

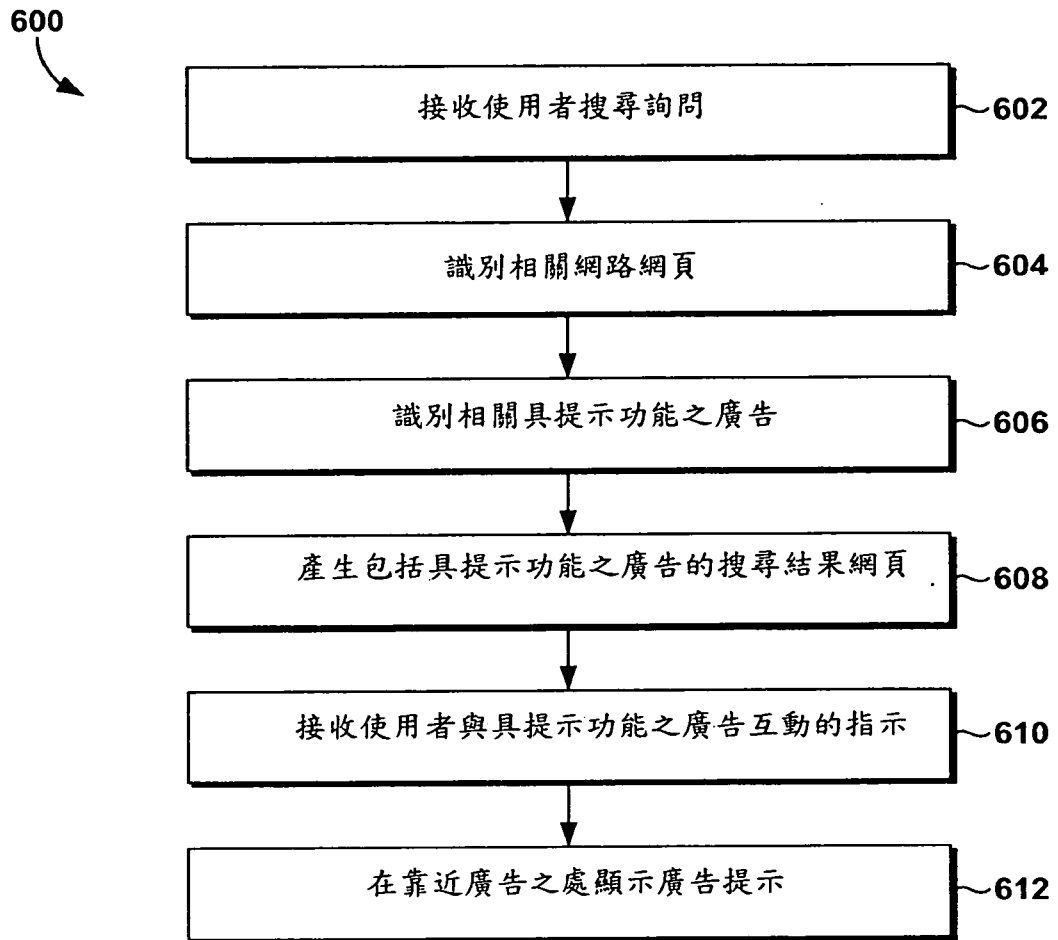


第4B圖

500



第5圖



第6圖