

[19] 中华人民共和国国家知识产权局



[12] 发明专利申请公开说明书

[21] 申请号 200510108998.8

[51] Int. Cl.

G06Q 30/00 (2006.01)

G06F 17/30 (2006.01)

[43] 公开日 2006年4月12日

[11] 公开号 CN 1758278A

[22] 申请日 2005.9.26

[21] 申请号 200510108998.8

[30] 优先权

[32] 2004.9.28 [33] US [31] 10/950,429

[71] 申请人 微软公司

地址 美国华盛顿州

[72] 发明人 T·诺林顿 K·占 M·W·赫特

K·蒂特尔 S·霍瓦特

[74] 专利代理机构 上海专利商标事务所有限公司

代理人 张政权

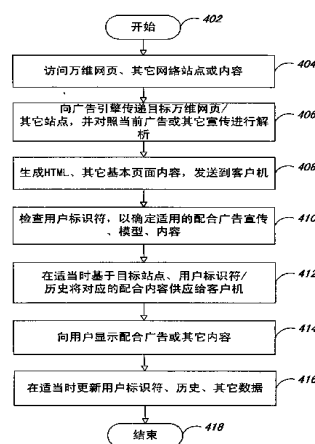
权利要求书 3 页 说明书 5 页 附图 4 页

[54] 发明名称

用于生成配合的广告宣传的系统和方法

[57] 摘要

一种系统和相关技术根据做出贡献的广告商的宣传策略以及使用兴趣、先前的历史或经验，主存并向用户供应可选择的、配合的广告宣传和其它内容。依照各实施例，用户可导航到包含或调用广告或其它媒体或内容的万维网站或其它网络站点。当调用广告或其它内容时，依照本发明的一方面，可检查用户标识符，以确定用户是否预订了本发明的配合广告平台，或与其建立了概况。如果用户的确具有预期相关联的唯一标识符，则广告引擎可对照潜在广告宣传或传送模式执行标识符查找，以向用户传送更相干或配合的广告或其它媒体流。与未加区分的传送技术相比，该广告或其它内容传送宣传的效用得到了增强。



1. 一种用于生成可选择配合内容以供通过网络传送的系统，包括：
对客户机的接口，用于接收对网络站点的访问请求；以及
- 5 内容引擎，所述内容引擎与所述接口通信，所述内容引擎基于所述网络站点的标识和用户标识符生成配合内容，以用于结合所述网络站点传送。
2. 如权利要求 1 所述的系统，其特征在于，所述网络站点包括万维网页。
3. 如权利要求 1 所述的系统，其特征在于，所述客户机包括计算机、启用网络的个人数字助理以及启用网络的蜂窝电话中的至少一个。
- 10 4. 如权利要求 1 所述的系统，其特征在于，所述配合内容包括一组广告宣传。
5. 如权利要求 4 所述的系统，其特征在于，所述一组广告宣传包括最大暴露的会话、同步的广告宣传和顺序广告格式中的至少一个。
6. 如权利要求 1 所述的系统，其特征在于，所述用户标识符包括跟踪对象和用户输入的概况中的至少一个。
- 15 7. 如权利要求 1 所述的系统，其特征在于，所述配合内容储存在内容存储中。
8. 如权利要求 1 所述的系统，其特征在于，所述配合内容是可选择性地在浏览器中显示的。
9. 如权利要求 8 所述的系统，其特征在于，所述一组配合内容包括一组与相关联产品或服务有关的被调用的广告。
- 20 10. 如权利要求 1 所述的系统，其特征在于，所述一组被调用的广告是由一组预订广告商贡献的。
11. 一种用于生成可选择配合内容以用于通过网络传送的方法，包括：
从用户接收对访问网络站点的访问请求；以及
基于所述网络站点的标识以及用户标识符生成配合内容，以用于结合所述网
- 25 络站点传送。
12. 如权利要求 11 所述的方法，其特征在于，所述网络站点包括万维网页。
13. 如权利要求 11 所述的方法，其特征在于，所述用户通过客户机访问网络站点，所述客户机包括计算机、启用网络的个人数字助理以及启用网络的蜂窝电话中的至少一个。
- 30 14. 如权利要求 11 所述的方法，其特征在于，所述配合内容包括一组广告宣

传。

15. 如权利要求 14 所述的方法，其特征在于，所述一组广告宣传包括最大暴露的会话、同步的广告宣传以及顺序广告格式中的至少一个。

5 16. 如权利要求 11 所述的方法，其特征在于，所述用户标识符包括跟踪对象和用户输入的概况中的至少一个。

17. 如权利要求 11 所述的方法，其特征在于，所述配合内容储存在内容存储中。

18. 如权利要求 11 所述的方法，其特征在于，所述配合内容是可选择地在浏览器中显示的。

10 19. 如权利要求 18 所述的方法，其特征在于，所述一组配合内容包括一组与相关联产品或服务有关的被调用的广告。

20. 如权利要求 11 所述的方法，其特征在于，所述一组调用的广告是由一组预订广告商贡献的。

15 21. 一组用于通过网络传送的配合内容，所述配合内容由一种方法生成，所述方法包括：

从用户接收访问网络站点的访问请求；以及

基于所述网络站点的标识和用户标识符生成配合内容，以用于结合所述网络站点传送。

20 22. 如权利要求 21 所述的一组配合内容，其特征在于，所述网络站点包括万维网页。

23. 如权利要求 21 所述的一组配合内容，其特征在于，所述用户通过客户机访问所述网络站点，所述客户机包括计算机、启用网络的个人数字助理以及启用网络的蜂窝电话中的至少一个。

25 24. 如权利要求 21 所述的一组配合内容，其特征在于，所述配合内容包括一组广告宣传。

25. 如权利要求 24 所述的一组配合内容，其特征在于，所述一组广告宣传包括最大暴露的会话、同步的广告宣传以及顺序广告格式中的至少一个。

26. 如权利要求 21 所述的一组配合内容，其特征在于，所述用户标识符包括跟踪对象和用户输入的概况中的至少一个。

30 27. 如权利要求 21 所述的一组配合内容，其特征在于，所述配合内容储存在内容存储中。

28. 如权利要求 21 所述的一组配合内容, 其特征在于, 所述配合内容是可选择地在浏览器中显示的。

29. 如权利要求 28 所述的一组配合内容, 其特征在于, 所述一组配合内容包括一组与相关联产品或服务有关的被调用的广告。

5 30. 如权利要求 21 所述的一组配合内容, 其特征在于, 所述一组被调用的广告是由一组预订广告商贡献的。

用于生成配合的广告宣传的系统和方法

5 技术领域

本发明涉及网络化媒体的领域，尤其涉及用于基于被设计成满足用户需求与兴趣并具有增强的效用的相干营销策略，生成一组能选择性地以配合的方式传递给用户的有区分的广告内容的平台。

10 背景技术

因特网和其它网络化广告服务的成长在近几年中不断增长，且在线广告业在持续扩展。随着广告商和因特网服务供应商的增长，广告服务技术和广告宣传的策略的效用和到达变得更重要，且延伸到更大数量的消费者。然而，即使在当今，大多数广告传递策略也保持相当静态和无区分，且大多数都将相同的内容传递到广大的多样化消费者，而不管其不同的需求或兴趣如何。

例如，尽管某些因特网搜索服务已经例如实现了通过反转 IP 查找或其它方法来检测用户位置的局部性引擎，然而即使随后在一个区域内传递的本地内容通常也以未加区分的方式传递到该区域中的所有用户。即，在那些和其它情形中，向用户呈现了对广告条、弹出广告、音频或视频流或其它内容的相同选择，而无论其在相关产品或服务中的偏好、历史或潜在兴趣如何。

因此，使用常规传送系统的广告商不能基于用户的兴趣或需求或相关的广告机会来对一个用户或一组用户调节或配合广告或其它内容的类型、频率、强度或数量。此外，无法从一组不同类型的计划中选择做广告的方法，以对给定的一个用户或一组用户安排广告体验的最优顺序、深度或间歇。相反，相同或相似的广告可以相对静态的方式，且一般基于以产品为中心而非用户驱动的体验来供应给所有的用户或指定的用户组。

发明内容

本发明在一个方面的用于生成配合的广告宣传的系统和方法克服了现有技术中的这些和其它问题，在该系统和方法中，中间层广告引擎或其它控制逻辑可通过

标识符检测参与的用户,然后基于所设计的配合的策略宣传将有区分的广告或其它内容供应给用户,以基于总体营销策略而对接收者施加最大的影响。在各实施例中,用户可导航到万维网站或其它网络化站点,这些站点能够要求广告条、弹出广告、流媒体或其它内容以供插入并传递到用户的浏览器或其它应用程序或工具。然而,依照本发明的实施例,可例如基于过去的用户行为来检查用户标识符,该标识符指示接收者可能希望成为或已经是配合的广告传递的候选人,过去的用户行为包括访问站点的历史、站点停留时间、过去的交易历史或其它因素。依照一方面的各实施例,广告引擎可访问主存一组不同广告宣传和相关联内容的内容数据库,每一个宣传和内容被设计成用于不同的定制体验,诸如浸没或“环绕”类型广告或内容、逻辑上相关内容的序列、或其它计划主题或传送策略。可基于目的地万维网站以及用户标识符和历史及广告商宣传选择或策略来选择广告宣传或计划类型。该可选择的、配合的内容然后可被供应给网站或用户,以基于那些动态变量体验一组有结合力的媒体或内容。由此,例如,可向购买并旅行到热带目的地的、最近访问旅游网站的用户呈现一系列沿海目的地的航线、酒店和餐馆广告。因此,本发明的平台可访问用户对给定的万维网站或其它目的地的典型在线会话的特性、历史、长度和目的,然后在该会话的上下文内,标识对用户的注意力和兴趣具有最大潜在影响的广告或其它内容的顺序、频率、持续时间和混合。

附图说明

图 1 依照本发明的实施例,示出了其中用于生成配合的广告宣传的系统和方法可操作的整体环境。

图 2 依照本发明的实施例示出了包括配合的广告内容以及所生成的广告内容的内容存储。

图 3 依照本发明的实施例示出了可用于供应广告或其它内容的一组可选择配合模式。

图 4 依照本发明的实施例示出了整体配合广告处理的流程图。

具体实施方式

图 1 依照本发明的实施例,示出了其中用于生成配合的广告宣传的系统和方法可操作的环境。如图所示,用户可操作包括诸如图形用户界面或其它界面等的用户界面 104 的客户机 102,来访问网络化的站点或内容,诸如因特网上的万维网站

或其它内容。客户机 102 可以是或包括，例如，计算机、启用网络的蜂窝电话、启用网络的个人数字助理、或可通过有线、无线、光学或其它连接或信道连接到因特网或其它网络连接的其它客户机、机器或设备。例如，用户可使用客户机 102，使用浏览器或其它应用程序或工具导航和访问万维网站 114 或其它网络站点。

- 5 依照本发明一个方面的实施例，当用户导航到万维网站 114 或其它因特网或其它网络站点或目的地，该站点可向用户呈现一组内容，该组内容可包括例如文本、图像、音频或例如用超文本标记语言（HTML）、可扩展标记语言（XML）或其它代码或格式编码的其它媒体。当用户例如通过输入统一资源定位器（URL）或其它网络地址或标识符来访问万维网站 114 或其它站点或位置时，可生成该页面的固定内容用于传输到客户机 102。然而，依照本发明的实施例，也可生成附加内容或媒体以传输到客户机，并在用户界面 104、浏览器或其它应用程序的一组可配置内容槽 106 或其它动态或可选择内容区域中显示。该组可配置内容槽 106 可以是或包括，例如占位符、用于广告条的显示的槽或区域、流音频或视频剪辑、flash 动画或幻灯片演示、或其它内容或媒体。在各实施例中，该内容或媒体可以是或包括广告内容，例如用于在万维网页或其它站点上显示的广告。
- 10
- 15

- 更具体地，当用户导航到万维网站 114 或其它位置，万维网站 114 可例如通过传输控制协议/互联网协议（TCP/IP）或其它过程或调用，向内容引擎 110 发出对一组可选择配合内容 108 的调用。依照本发明一方面的实施例，内容引擎 110 也可在访问该万维网站或其它站点时直接或间接接收用户标识符 116，并且生成该页面或站点的内容。在各实施例中，用户标识符可包括，例如跟踪或信息对象，如对关于用户以及在各情况下其浏览或交易历史的信息进行编码的 cookie 或其它数据或文件。在各实施例中，用户标识符 116 也可包括通过显式用户对话框或关于浏览、交易或其它偏好的其它反馈生成的概况。
- 20

- 由此，当内容引擎 110 从万维网站 114 接收检索并发送或供应作为可选择配合内容 108 的一部分的广告或其它媒体或内容的请求时，内容引擎 110 可分析所访问的站点和/或用户标识符 116，来标识配合的广告或其它内容，以在该站点、内容供应商和该用户会话的环境中传递。由此，例如，内容引擎 110 可通过用户标识符 116 中编码的交易历史，确定用户已导航到与汽车修理或服务有关的万维网站，和/或用户最近完成了汽车购买或租赁交易。用户标识符 116 同样可编码其它用户行为或偏好，诸如用户最近或长期的万维网站访问期间的平均停留时间、语言或货币偏好、与用户的行为或历史有关的位置或其它参数。
- 25
- 30

内容引擎 110 可在适当时候分解万维网站 114 标识以及用户标识符 116, 以依照协调的营销策略或宣传以不同的方式标识和生成优化的、配合的广告或其它内容。依照该配合计划供应的可选择配合内容 108 可被主存在内容数据库 112, 或可被异步地调用以透明且动态地传递到访问万维网站 114 的用户的其它内容存储中, 并从其中检索。对于图 2 所示的实例更具体的是, 内容数据库 112 可以至少容纳配合的广告内容 118 以及一般广告内容 120 两者。当内容引擎 110 确定万维网站 114 和/或用户标识符 116 表明用户希望或是一合适的候选人接收有目标的广告或其它计划材料, 可访问并供应配合的广告内容 118。在其它情况下, 其中万维网站 114 不能被验证为本发明的内容传送平台的参与者, 或者用户不被标识为用于接收配合营销媒体的候选人或希望接收该媒体, 则内容引擎 110 可传递一般广告内容 120, 例如在可配置的内容槽 106 或其它地方显式。

在本发明另一方面的实施例中, 广告商或其它内容供应者、或生成、供应或管理主存在内容数据库 112 中或别处的配合广告内容 118 的其他人, 可被给予在需要时基于一组准则或条件定制或设计要传送的内容的选项。例如, 配合广告内容 118 或其部分的选择或传送可取决于个别用户或用户组的用法或指定的万维网站或万维网站序列来做出, 或对这些用户或万维网站是专用的。特定的配合广告内容 118 同样可在发生了诸如购买交易等指定事件或基于其它变量或数据来调节。例如, 可向其浏览历史表明在给定万维网站或万维网站类别上的较短停留时间的用户供应更间接的广告或更短的音频或视频剪辑, 作为配合广告内容 118 的一部分。

在万维网站 114 和/或用户标识符 116 表明配合内容的传送的情况下, 在各实施例中, 如图 3 所示的内容引擎 110 从一组可选择配合模式 122 中选择一可选择配合广告内容 118 的范围, 以供定制地传送到该站点并用于该会话。该组可选择配合模式 122 或策略可以是或包括, 例如广告宣传, 或被设计成实现已定义的营销和信息目标并由此增强用户的媒体体验的其它模式、技术或策略。例如, 并且如图所示, 该组可选择配合模式 122 可以是或包括环绕会话, 其中所有可用的可配置内容槽 106 由单个销售商或一组相关产品或服务的广告或内容占据。当部署环绕类型或类似的会话时可使用其它浸没或综合宣传模式或技术, 包括例如播放与单个产品、销售商或服务, 或在相干组中排列的相关来源、产品或服务有关的音频或视频剪辑。

类似地, 该组可选择配合模式 122 也可包括诸如同步宣传等模式或宣传类型, 其中可呈现在会话或会话系列上构建一致故事情节的一系列或一系列相关广告或内容。另一模式可包括顺序广告格式, 其中该组可选择配合内容 108 可根据用户在购

买通道或其它交易序列中的位置来变化。在这一情况下,例如,可从在线目录中选择产品时在可配置内容槽 106 中向用户呈现一组广告条,但是当用户前进到交易序列的购买阶段时向用户呈现 flash 动画或其它丰富媒体。另一计划模式可包括商业间断,其中整个页面可临时用 HTML 或其它广告或内容来替换。其它且另外的模式、策略、宣传和序列都是可能的。依照本发明一般意义上的实施例,由于可选择配合内容 108 试图将传送给用户的广告材料或其它内容的影响或相关性最大化,因此参与的广告商或其它内容供应商可避免浪费的内容传送并达到更有效的做广告结果。用户可发现该配合的内容和媒体更易于解释,且更紧密地与其兴趣和需求匹配,由此也建立了一种更积极的基础用于未来的交互。

10 以上本发明的描述是说明性的,并且本领域的技术人员可做出配置和实现上的修改。例如,尽管本发明一般是按照可从单一的内容数据库 112 传送的广告或其它内容来描述的,然而在各实施例中,可选择配合内容 108 可从一个以上广告源或内容源来供应或发送,取决于实现。此处被描述为单数的其它硬件、软件或其它资源在各实施例中可以被分布,并且类似地,在各实施例中,被描述为分布的资源可以
15 可以被组合。

类似地,尽管本发明在各实施例中一般被描述为涉及广告、优惠券或其它商业相关内容的传送,然而在各实施例中,其它内容或媒体,如新闻、体育、天气、市场统计量或其它内容等信息内容可作为可选择配合内容 108 的一部分来发送。此外,尽管主存在内容数据库 112 中的广告或其它内容一般被描述为是由商业实体在
20 付费预订的基础上贡献的,但是在各实施例中,广告或其它内容可在无需支付或免费的基础上,诸如通过免费预订程序或其它基础从商业或其它实体发放。因此,本发明的范围旨在仅由所附权利要求书来限制。

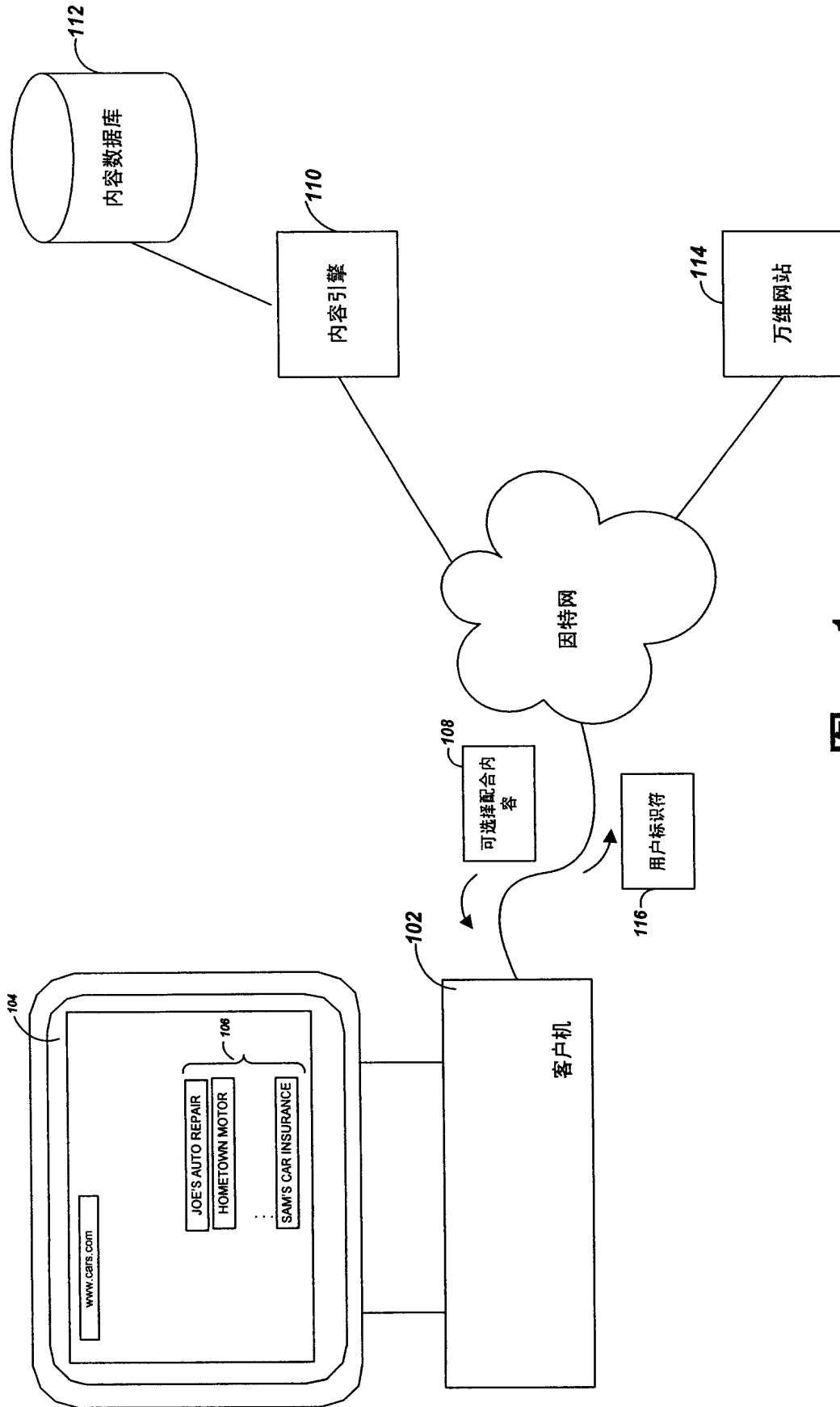


图 1

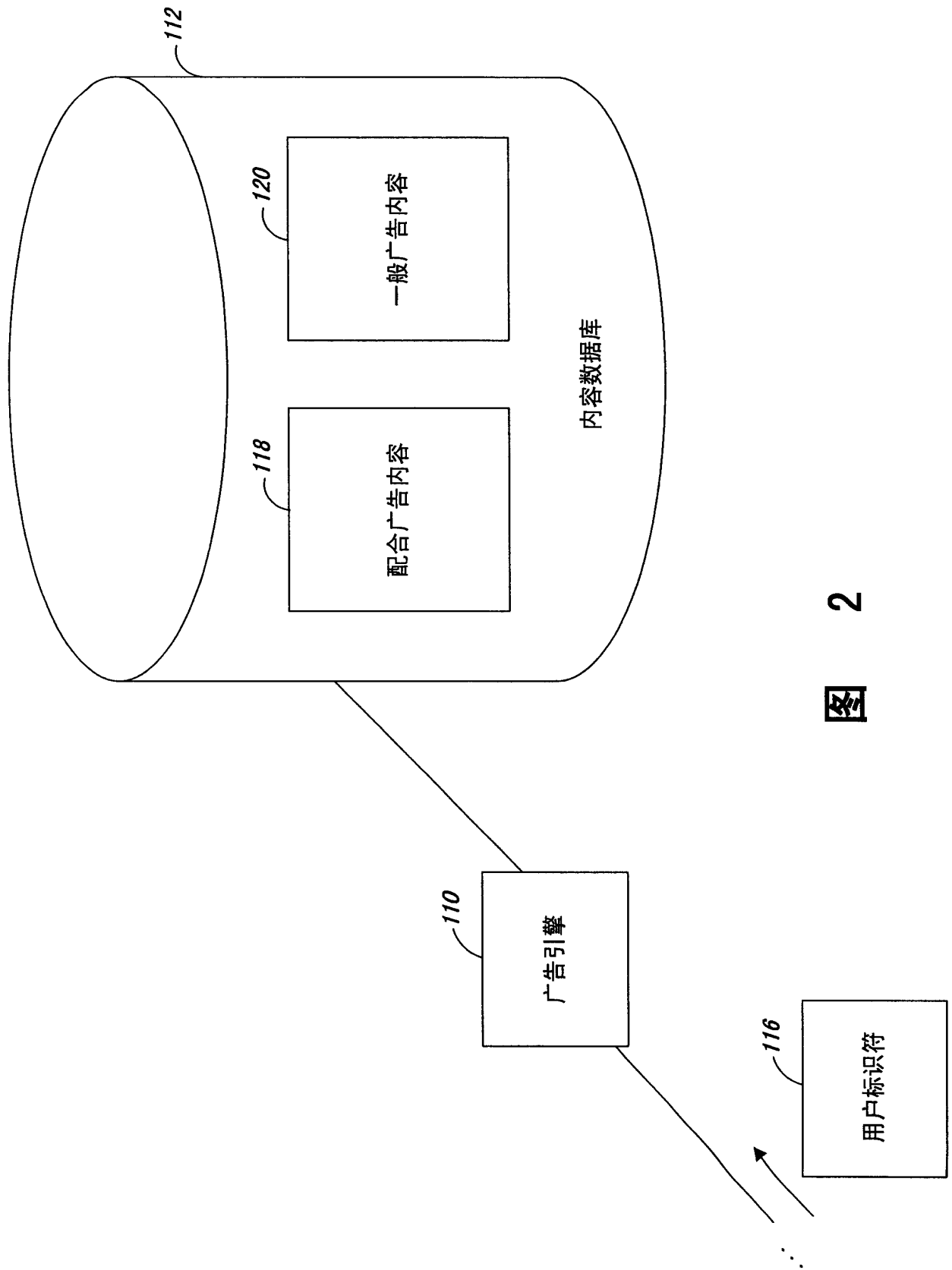


图 2

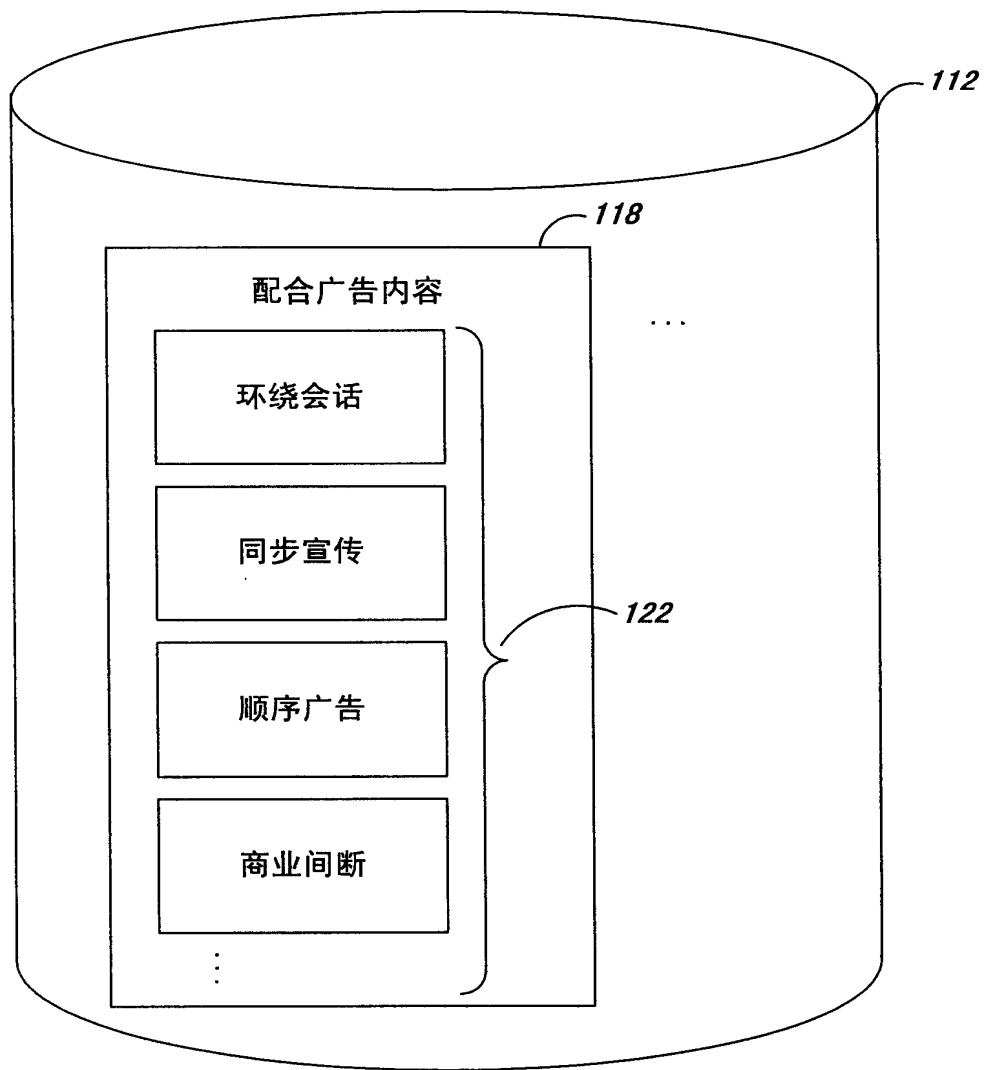


图 3

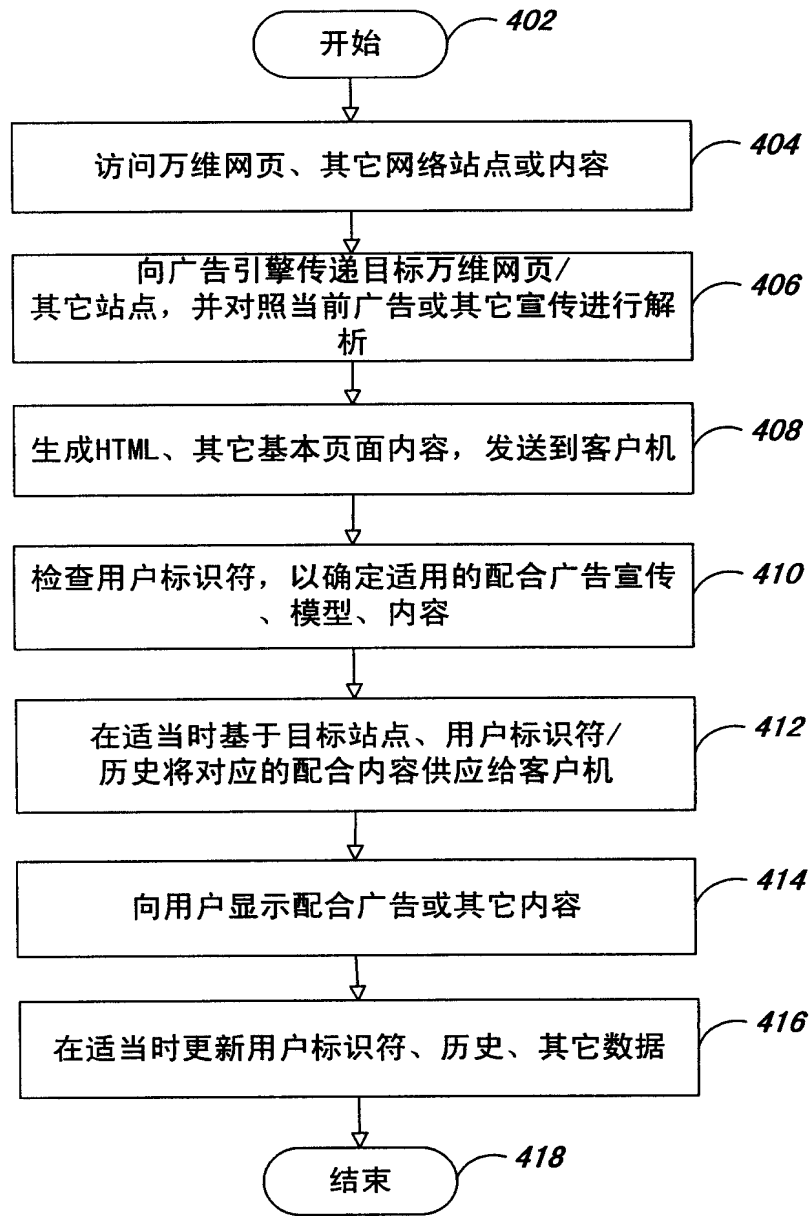


图 4