

(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 101785019 A

(43) 申请公布日 2010.07.21

(21) 申请号 200780100322.1

(51) Int. Cl.

(22) 申请日 2007.11.02

G06Q 30/00(2006.01)

(30) 优先权数据

H04L 12/16(2006.01)

2,593,725 2007.06.27 CA

H04L 29/06(2006.01)

11/766,860 2007.06.22 US

H04W 4/02(2009.01)

(85) PCT申请进入国家阶段日

2010.02.22

(86) PCT申请的申请数据

PCT/CA2007/001970 2007.11.02

(87) PCT申请的公布数据

W02009/000061 EN 2008.12.31

(71) 申请人 迈斯科林移动有限公司

地址 加拿大 安大略

(72) 发明人 吉诺·波尔科

(74) 专利代理机构 北京康信知识产权代理有限

责任公司 11240

代理人 余刚 吴孟秋

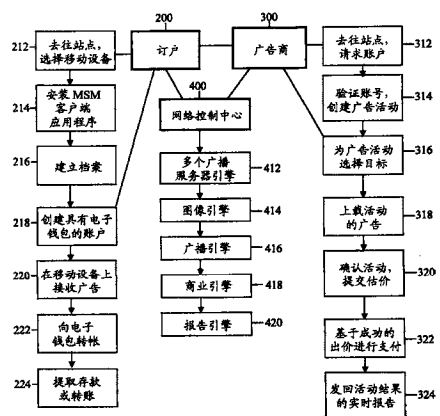
权利要求书 2 页 说明书 8 页 附图 4 页

(54) 发明名称

移动设备广告系统和方法

(57) 摘要

本发明包括在移动设备上进行广告的方法，该方法包括以下步骤：a) 从用户收集注册信息，该登记信息包括关于用户的人口统计、地理和编年信息；b) 基于用户的人口统计和地理信息创建包括一个或多个广告的广告块；c) 在由用户的地理和编年信息所确定的时间，将广告块发送至由用户指定的移动设备；d) 跟踪并记录用户对广告块中的广告的广告的观看；以及 e) 基于对广告块中的广告的广告的观看记录对用户进行补偿。本发明还包括用于根据上述方法提供移动设备广告的系统。



1. 一种在移动设备上进行广告的方法,包括以下步骤:
 - a) 从用户收集注册信息,所述注册信息包括关于所述用户的人口统计、地理和编年信息;
 - b) 基于所述用户的人口统计和地理信息创建包括一个或多个广告的广告块;
 - c) 在由所述用户的地理和编年信息确定的时间,将所述广告块发送至所述用户指定的移动设备;
 - d) 跟踪并记录所述用户对所述广告块中的广告的进行观看;以及
 - e) 基于对所述广告块中的广告的进行观看记录对所述用户进行补偿。
2. 根据权利要求1所述的方法,还包括以下步骤:在完成注册步骤后将广告观看应用程序传送到所述移动设备。
3. 根据权利要求1至2中任一项所述的方法,其中,所述广告块包括十个单独的广告。
4. 根据权利要求1至2中任一项所述的方法,其中,所述广告块包括十二个单独的广告。
5. 根据前述权利要求中任一项所述的方法,还包括以下步骤:一旦当前广告块中的所有广告都已经被观看,则发送新的广告块。
6. 根据权利要求5所述的方法,其中,每小时发送新的广告块,而不管所述当前广告块中的所有广告是否已经被观看。
7. 根据权利要求6所述的方法,其中,每天发送新的广告块,而不管所述当前广告块中的所有广告是否已经被观看。
8. 根据权利要求1至7中任一项所述的方法,其中,基于拍卖将所述广告块中的广告[k1]提供给广告商。
9. 根据权利要求8所述的方法,其中,基于拍卖价格在所述广告块中对各广告进行观看依次排序。
10. 根据权利要求1至9中任一项所述的方法,其中,所述广告的大小被限定为100K。
11. 根据权利要求1至9中任一项所述的方法,其中,所述广告的大小被限定为1M。
12. 根据权利要求1至9中任一项所述的方法,其中,所述广告块的大小被限定为1M。
13. 根据权利要求1至12中任一项所述的方法,其中,所述广告被限定为仅为静态图片。
14. 根据权利要求1至13中任一项所述的方法,其中,所述广告被限定为仅为固定长度的音频/视频剪辑。
15. 根据权利要求14所述的方法,其中,所述音频/视频剪辑被限定为5秒的长度。
16. 根据权利要求14所述的方法,其中,所述音频/视频剪辑被限定为15秒的长度。
17. 根据权利要求1至16中任一项所述的方法,其中,所述广告可以包括由订户分别激活的优待券和打折出售。
18. 根据权利要求17所述的方法,其中,所述优待券和打折出售可由所述订户离线使用。
19. 一种用于提供移动设备广告的系统,包括:
 - a) 媒体服务器阵列,用于产生用于将媒体传送到移动设备的进站和出站数据信号;
 - b) 订户系统,用于将订户登记到所述系统中,并从每个订户收集人口统计、位置以及其

他数据,以及允许所述订户登录所述系统以修改现有数据、添加新数据、以及从所述系统注销;

c) 订户数据库,包含关于每个订户的所有收集信息;

d) 广告商界面系统,用于将广告商登记到所述系统中,并且允许所述广告商对广告空位进行投标以及将广告传输至所述系统;

e) 广告数据库,包含所述系统使用的广告;以及

f) 广告引擎,将广告安排到广告块内的广告空位中,所述广告块由地理位置和订户人口统计数据确定,所述广告在所述广告空位内基于从各广告商接收到的出价值进行排序。

20. 根据权利要求 19 所述的系统,进一步包括:电子钱包系统,用于对订户观看广告提供补偿并且使订户能够领取该补偿。

21. 根据权利要求 19 至 20 中任一项所述的系统,其中,每个所述广告块包含十个广告空位。

22. 根据权利要求 19 至 20 中任一项所述的系统,其中,每个所述广告块包含十二个广告空位。

23. 根据权利要求 19 至 22 中任一项所述的系统,其中,所述媒体服务器阵列用于响应于指示当前广告块已经被观看的信号来传输新的广告块。

24. 根据权利要求 19 至 23 中任一项所述的系统,其中,所述媒体服务器阵列用于每天传输新的广告块,而不依赖于当前广告块的观看状态。

25. 根据权利要求 19 至 23 中任一项所述的系统,其中,所述媒体服务器阵列用于每小时传输新的广告块,而不依赖于当前广告块的观看状态。

26. 根据权利要求 1 至 18 中任一项所述的方法,其中,广告的显示是在所述移动设备的呼叫结束时自动触发的。

27. 根据权利要求 1 至 18 以及 26 中任一项所述的方法,其中,所述广告还用于将动作分配给所述移动设备上的特定键。

28. 根据权利要求 27 所述的方法,其中,所分配的动作之一用于呼叫与所述广告相关联的特定的电话号码。

移动设备广告系统和方法

技术领域

[0001] 本发明涉及广告领域,尤其涉及在移动设备上进行广告的系统和方法。

背景技术

[0002] 蜂窝/个人通信业务 (Cellular/Personal Communications ServiceC/PCS) 提供音频、视频和 / 或电子数据通信,包括无线移动电话业务、无线移动数据传输业务和无线移动全球计算机网络 (例如,互联网) 业务。目前,C/PCS 的最普遍形式是手持移动无线电话业务,据估计全世界约有 14 亿移动设备在使用。为了获得这些业务,客户 (本文中称作“运营商网络订户”) 向特定的服务提供商 (本文中称作“运营商”) 注册。注册之后,运营商网络被配置为获得并路由被该运营商网络订户的个人无线移动设备发起或接收的通信。然后,该运营商网络订户就可从经营者的无线网络服务区或从提供网络互连的那些区域内的任何移动位置发起并接收通信。

[0003] 通常,无线移动设备被分配有唯一的国际移动站标识符 (IMSI) 或其它类似的识别码或数字 (本文中称作“订户识别码”)。订户识别码被预先编程到无线移动设备中以识别订户和订户的账户。尽管在没有单独的确认手段的情况下,不能保证无线移动终端总是被分配有订户识别码的账户的订户使用,但是,使用者通常就是该订户。可替换地,订户识别码可以包含在订户识别模块 (SIM) (本领域中也称作“智能卡”,其在使用前插入到无线移动设备中) 中。SIM 或智能卡指明,无线移动终端的使用者是分配有包含在该 SIM 或智能卡中的订户识别码的帐户的订户,或者该使用者已经被订户授权使用该无线移动终端。

[0004] 当前,C/PCS 网络比起传统有线网络通信业务 (本文中称作“陆线”) 来有些昂贵。已经确定,随着全球市场达到了一定的规模并且对竞争压力变得敏感,运营商网络将需要找到新的收益机会或方式来弥补运营商网络订户的费用,从而维持或提高收益增长。

[0005] 期望新兴的无线移动数据业务和无线移动全球计算机网络业务以类似于无线移动电话业务的方式工作,从而使订户有望获得更低的总体移动服务价格。

[0006] 因此,显然对于无线移动通信业务、尤其是 C/PCS 的运营商网络经营者来说,需要获得足够多的订户以产生充足的运营收益和充足的利润率以保持盈利。运营商网络经营者可以通过减少订户服务费用而使大多数订户更能够负担得起他们的服务来最容易地实现这一点,同时保持利润率。已经提出但没有进一步细化的是,对于运营商网络经营者实现该目标的一个可能手段是其中赞助商以商业信息或广告的方式来资助运营商网络订户的无线移动通信的定价计划。

[0007] 已经提出了可以使用包括在无线移动通信的呼叫信号中的无线移动位置数据来确定订户的实时、物理位置。换言之,理论上该业务的订户可以配备有与订户的无线移动终端的地理位置相关的内容。至今,没有对用于获得运营商网络订户的特定位置的已知系统和方法进行利用来基于包括在呼叫信号中的无线移动位置数据提供指向订户的商业信息或广告。理想地,任何这样的系统和内容都应该进一步通过一系列的私人持有的人口统计学因素来进行进一步细化,其中参与拍卖的广告商对广告优先权进行投标。此外,没有利用

用于获取订户的地理位置的已知系统和方法来提供及时的且局域化的媒体或来直接补偿无线移动通信的订户。还应该认识到,如果将结合有时间属性的地理位置信息和人口统计变量组合来确保广告商具有非常精确地确定目标的能力将是非常有益的。

[0008] 客观来说,任何这样的系统都还应该适于与现有的传统陆线网络和新兴的互联网语音协议 (VOIP) 网络协同作用,它们当前提供了一种通常与“家庭电话”或“商务电话”业务的提供相关联的“硬线”电话通信的宽广网络。

[0009] 本发明的一个目的是提供一种系统和方法,用于使用无线移动通信业务和设备 / 或传统“陆线”和 / 或互联网语音协议 (VOIP) 电话装备向所建立的订户提供商业消息、广告和各种媒体。

[0010] 本发明的另一个目的是提供一种系统和方法,用于在每次移动“电话呼叫”结束时将商业信息或广告提供到对其进行显示的无线移动通信设备中。可替换地或另外地,这是一种用于在每次电话呼叫结束时将商业信息或广告提供到对其显示的传统电话设备或 VOIP 电话设备中的系统。

[0011] 优选地,任何这样的商业信息或广告都应被显示,直到下一个呼叫的接收或发出 (placing) 或订户按下任何手持机 (handset) 或设备的按钮时结束显示。基于包括在呼叫信号中的无线移动位置数据或基于广告商所选择的这样的位置数据以及基于广告商或媒体内容提供商所选择的各种订户属性将所显示的商业信息或广告指向订户。

[0012] 本发明的另一个目的是提供一种系统和方法,用于通过以在通信期间对完成的观看事件进行计算和求和计算得到的广告“每次观看”的存款 (credit) 的形式向订户提供特定的激励 (incentive),来资助无线移动通信业务或传统或 VOIP 电话通信的成本。

[0013] 本发明的另一个目的是提供一种系统和方法,用于基于属于订户并存储在电子数据库中的预定订户数据,通过无线移动通信运营商网络或传统陆线或 VOIP 通信运营商网络将消息指向订户,该预定的订户数据是不时地和在登记时采集而来的。

[0014] 本发明的另一个目的是提供一种系统和方法,用于经由“电子钱包”解决方案为订户提供存款并在电子数据库内保持该记录。

[0015] 本发明的又一个目的是允许广告商具有参与拍卖系统的机会,从而他们能够确定将其商业消息或广告提供给订户人群时每次广告观看的预算和价格。

[0016] 本发明的另一个目的是使得广告商能够从多个人口统计变量中进行选择,这是因为这些变量在确定本发明将向哪些特定的移动设备传送广告商的商业消息或媒体,或本发明将向哪些传统或 VOIP 通信设备的订户传送广告商的商业消息或媒体过程中涉及其意指的目标观众。

[0017] 本发明的总体目的是部分或完全地满足上述需求和目的中的一个或多个。

发明内容

[0018] 本发明包括在移动设备上进行广告的方法,该方法包括以下步骤:a) 从用户收集注册信息,该注册信息包括关于用户的人口统计、地理和编年信息;b) 基于用户的人口统计和地理信息创建包括一个或多个广告的广告块;c) 在由用户的地理和编年信息所确定的时间,将广告块发送至用户指定的移动设备;d) 跟踪并记录用户的广告块中的广告的观看;以及 e) 基于对广告块中的广告的观看记录对用户进行补偿。

[0019] 该方法还可以包括以下附加步骤：一旦当前广告块中的所有广告已经被观看，则向用户发送新的广告块。可替换地或附加地，新的广告块可以循环发送，诸如每个小时或每天，而不管当前广告块中的所有广告是否已经被观看。

[0020] 优选的，广告以及广告块的大小和类型由该系统控制，并且基于移动设备、网络运营商和订户偏好和人口统计。优选的，广告块限于 10 条广告，每条广告的大小限于 100K，或整个广告块的大小限于 1MB。

[0021] 本发明进一步包括用于提供移动设备广告的系统，包括：a) 媒体服务器阵列，用于产生用于将媒体传送至移动设备的进站和出站数据信号；b) 订户系统，用于将订户登记到该系统中并从每个订户收集人口统计、位置以及其他数据，以及允许订户登录该系统以修改现有数据、添加新数据、以及从该系统撤回；c) 订户数据库，包含关于每个订户的所有收集信息；d) 广告商界面系统，用于将广告商登记到该系统中，并且允许广告商对广告空位进行投标以及将广告传输至该系统；e) 广告数据库，包含该系统使用的广告；以及 f) 广告引擎，将广告安排到广告块内的广告空位中，所述广告块由地理位置和订户人口统计数据确定，广告在广告空位内基于从各广告商接收到的出价值进行排序。

[0022] 对于本领域技术人员来说，本发明的其它以及进一步的优点和特征将通过结合附图的以下详细描述变得显而易见。

附图说明

[0023] 现在将参照附图仅以实例的方式更详细地描述本发明，附图中相同的参考标号表示相同的元件，附图中；

[0024] 图 1 是示出本发明优选方法的流程图；

[0025] 图 2 是示出根据图 1 的方法的广告商注册过程的流程图；

[0026] 图 3 是示出根据图 1 的方法的客户应用程序结构的流程图；以及

[0027] 图 4 是示出根据图 1 的方法的电子钱包服务的流程图。

具体实施方式

[0028] 本文中提出的本发明的方法基于确定运营商网络订户可以使用无线移动通信和（更具体地说）无线移动通信设备的独特属性来预定基于许可和激励的系统。理想地，通话（messaging）服务在为广告商提供基于物理位置、人口统计和时间变量来明确地确定订户目标的能力的同时，还将直接对订户的参与进行补偿。也已经确定，通过利用分配给每个无线移动设备的唯一的订户识别码，广告商可以基于属于订户的预定数据来提供进一步指向该订户的消息，所述预定数据是根据本发明的系统和方法收集并在该订户登记过程中存储的。

[0029] 本发明主要涉及图 1 所示的系统和方法，用于向订户的无线移动通信设备、互联网语音协议（VOIP）电话设备或传统（legacy）“陆线”电话设备提供目标媒体、和 / 或商业消息、和 / 或广告，而不考虑特定的网络运营商。更具体地，本发明涉及一种系统和方法，用于在每次“电话呼叫”通信结束时插入指向通信业务的订户的商业信息或广告。在一个优选实施例中，基于与包括在呼叫信号或区域代码中的订户对象档案数据和位置数据相关的每次广告观看的最高出价，从预先选择的商业信息或广告的数据库中选择消息，并将该消

息指向通信业务的订户。在一个可替换实施例中,商业信息或广告或媒体还基于属于单个订户的预定的订户档案数据指向订户并在订户的登记过程中或通过随后的订户的调查或轮询提供。在另一个实施例中,订户可以通过订户启动平台来主动地收集商业信息或广告或媒体,在订户启动平台中他们提供接入码,促使所选择的广告商的商业信息或广告或媒体立即传送。

[0030] 订户 200 经由站点或利用文本 (SMS) 消息访问他们的移动设备 (步骤 212),然后将必要的客户软件下载到该设备上 (步骤 214),并开始注册。

[0031] 在注册过程中,订户 200 将特定的人口统计信息提供给系统 (步骤 216),该人口统计信息结合可利用的时间精度和 / 或消息传送的地理位置,使得广告商和 / 或消息提供商具有非常精确的确定目标的能力。创建订户账户 (步骤 218),然后该订户就有资格在他们的订户设备上接收广告 (步骤 220)。

[0032] 订户一旦观看了接收到他们的电话设备上的广告,他们将会收到每个广告的货币形式或类似形式的补偿 (步骤 222)。视频消息或广告的观看将会触发对每个消息的传送注明日期和时间的“事件”的创建,以产生订户的存款,和对客户 / 广告商的统计和账户的更新。

[0033] 订户存款将可用于通过私人电子钱包解决方案提取,随后能够提款、转账到诸如 PayPal 的其他账户,或用于支付蜂窝或运营商费用,或定制从系统提供商可得到的内容 (步骤 224)。

[0034] 订户还可以响应于特定的要约 (offering) 经由嵌入系统内的私人“v-code”技术“拖出 (pull)”特殊出售 (offer)、优待券或广告,这为广告商提供了额外的独特且及时的通信时机。考虑到具体测量结果的移动优待券或特殊出售的活动 (campaign),还为订户提供有将广告存储在其设备中以用于将来提取的能力,并且将该订户确定为订户观众目标。

[0035] 普通的广告以块 (优选的 10 或 12 块) 的形式从系统服务器加载至订户的存储设备,并显示在设备的显示屏上,直到该订户取消显示、或接收呼叫或发出呼叫时结束。一旦呼叫终止,将显示队列中的下一个广告。一旦队列中的广告播完,就更新电话设备中的广告。可替换地,可以基于正在进行的进度对广告进行刷新,诸如每小时或每天。

[0036] 广告块内的广告空间可以凭借每订户观看的出价进行拍卖,并且明确地以移动、家庭或商业观众为目标,对每次观看出价最高的获得优先投放,直到所建立的活动预算和期限用完为止,此时,队列中下一个出价最高的将获得优先权。当广告商创建或修改一项活动时,他们将对人口统计目标、每次观看的出价、总的预算、广告显示频率、时间和位置方面提供输入控制。广告商具有创建从窄的频段或宽频谱特性内的订户所需求的广告的能力使得想要的范围能够指向特定的观众。广告商还可以具有“奖赏”特征的选择以从所有类别中进行选择,这使得能够进行进一步的细化以及进行特定的或独特的消息传送选择。

[0037] 至广告商的报告经由订户的观看事件产生,且优选的该报告可实时地通过该系统使用,并且该报告将提供活动是否传送给本发明的任何一个实施例或其组合的详细的观看者统计资料。

[0038] 使能够向移动设备和传统陆线或 VOIP (互联网协议语音) 电话设备通信的传送技术系统使订户能够接收已有的或将被开发的媒体。当前可用的媒体选项包括:可选地包括 WAP 或 WEB 链路的静态 (全色) 图像、UPC 条码、流及 mpeg 视频、mp3/mp4 音频 / 视频、以及

诸如铃音的可下载内容（媒体）。

[0039] 该系统基于允许显示图形（graphics）和下载的、并在蜂窝信号范围内工作的移动设备或陆地电话设备（接收设备）的使用，或基于由运行商网络提供的、能够接收数据传输信号的所建立的网络。电话设备必须具有记忆存储空间能力和下载信息的可用性。

[0040] 该系统包括：媒体服务器阵列 400，其能够产生进站和出站呼叫数据信号，以将指定的媒体传送至接收设备。媒体服务器阵列 400 包括多个用于引导系统的操作的广播服务器引擎 412。服务器引擎 412 执行的操作包括：图像引擎 414，用于对图像和其他媒体数据进行转换、调整大小以满足特定的设备需求；广播引擎 416，用于创建并存储将发送至订户的广告队列；商业引擎 418，用于处理存款和电子钱包的转帐；以及报告引擎 420，用于为广告商提供包括广告观看、订户数据、以及广告活动跟踪的跟踪数据。

[0041] 该系统还包括网络界面系统，通过该系统订户可以登记（enroll）到要约中（212），并下载或以其他方式将使能软件转移至他们的接收设备（214），通过该界面，可获取人口统计和社会统计信息并将该信息存储到订户记录中（216）。该自愿登记过程是对广告商或其他内容提供商提供在订户的接收设备上显示媒体的许可的暗示。

[0042] 如图 4 所示，通常称为电子钱包类型的另一种的应用优选地包括在该系统中，用于向捕获每个媒体观看事件的用户提供存款（优选地为货币）的特殊目的。因此，传送给订户的这种货币补偿、优待券、打折或其他价值提供了该系统的“激励”成分以鼓励订户签约。

[0043] 该系统连接（connectivity）考虑了独特的调查/轮询机会，在该调查、轮询中，从订户收集信息、意见、或观点，并根据精确人口统计细节进行分类。优选地，订户将接收链接至电子钱包系统的各种形式的激励以完成调查或轮询。

[0044] 该系统还包括广告商网络界面系统，如图 1 和 2 中所示，通过该界面系统，广告商可以进行注册（步骤 312）、创建活动（步骤 314）、上载用于分发的媒体（步骤 318）、并且管理其活动、预算和拍卖估价的所有方面。从广告商网络界面系统扩展的计划及活动管理系统（Planning and Campaign Management System, PCMS）将还为广告商提供从存储在订户数据库中的多个人口统计和社会统计细节进行选择（步骤 316）的能力，从而识别出接收广告商的媒体的最佳订户基础。可以限制广告商的能力直到其为所提出的活动提供了付费（步骤 322）。

[0045] 还可以输入订户和他们的接收设备的位置变量，以结合当前移动设备的精确位置或在选择区域码或类似的分区内为广告商创建将上述所描述的人口统计变量确定为目标的机会。

[0046] 然后，以广告商在其出价和预算约束条件内决定参与的方式或列表（schedule）将媒体提供给所选择的订户基础（步骤 320）。该系统进一步相对于订户档案来分析广告商所选择的变量并选择身份匹配的那些订户，从而触发至该订户的接收设备的媒体传送。

[0047] 理想地，该系统还包括报告系统，用于向广告商提供统计和人口统计数据，并基于收集到的事件接收信息来确认媒体的传送（步骤 324）。报告系统的另一个部分包括实时报告中的所有账单和传送数据。然后，广告商从所建立的账户档案中提取统计数据。

[0048] 该系统还将捕获事件信息，其中，该事件信息传输回特定的观看时间和设备身份，以对广告商的统计数据和订户激励进行编辑，从而提供明确地可测量观看者结果，而不是

估计结果。

[0049] 订户项

[0050] 一旦观看,订户将由于参与内容的接收而受到针对每个所观看的事件的补偿,其中,该事件提供给订户的为满足上述讨论的消息提供商(广告商)的特定的人口统计目标的订户。

[0051] 人口统计数据通常包括标准信息(诸如年龄、性别、民族和籍贯),但是可以将其增强为包括被确定为对广告人群有影响或有价值的任何人口统计信息。还收集个人偏好数据,并且个人偏好数据通常包括与订户的个人偏好(诸如偏好的食物类型和娱乐种类,以及该订户可能有的任何爱好和兴趣)有关的综合信息。无论何时都可应用的是,预定的订户数据还可以包括以类似的方式通过初始数据收集过程或通过随后进行的调查所获得的和所选择的心理数据。在本发明的一个优选实施例中,消息可以进一步基于与所列出的变量中的任何一个结合的订户档案数据指向由订户识别码识别出的订户数据。

[0052] 此外,在订户通过“v-code”的提供开始接收特定消息、价值广告、优待券、激励或内容的情况下,私人系统从订户向服务器使用5位数字的“呼叫码”致使订户所请求的内容的传输或下载,对于所述事件,以通过下载所接收到的内容或激励的形式提供补偿。

[0053] 为订户产生并存储在他们的电子钱包中的存款以提供商的自由处理权方式提供,并且时常可以根据所接收的内容对其进行修改和改变。可以对订户、或者对存款总额、或从指定广告商接收的存款加以限制。

[0054] 提供商可以不时地轮询订户的其它人口统计信息,并使该信息可用于广告商通常的统计项中,并出于分段或目标精度的目的而在活动管理系统中使用。

[0055] 作为订户,可以接受提供商不时地将(每当提供商认为是必要的)媒体块(如上所述)传输至订户的接收设备。在每次进站电话通信事件或出站电话通信事件结束时将该媒体显示在该设备上,持续时间为该订户允许继续显示的时间、或直到另一个进站电话通信事件或出站电话通信事件发生时为止。订户可以通过按下其设备上的任意键来取消任何媒体的显示,将他们的设备屏幕返回到他们预先选择的“初始屏幕”。

[0056] 如图3所示,媒体被以媒体事件“块”的形式传输给接收设备,其中每个块都等于10个或类似数量的媒体消息或广告。按照需要、或每小时、每天、或某些其他的有规律地确定的基准对媒体块进行更新,这取决于广告商及其活动的总体行为。当在PCMS中建立活动时,订户根据所选择的由广告商输入的变量将特定的媒体块接收至他们的设备。当新的广告被其设备“拖下”时,这些广告将取代之前的广告块。

[0057] 媒体事件一旦被加载,广告商就不能再将其撤回,媒体事件将保留在队列中,直到其被显示并且因而所记录的事件为订户接受者生成存款为止。订户将在由系统提供商建立并不时地修改的限度内接收每次媒体观看事件的存款。在提供商的自由处理权之内,可以随时对媒体事件的存款进行改变和没收。

[0058] 此外,本发明的系统和方法允许订户交互式地响应于提供给订户的消息,或向服务的发明者或广告商发起附加信息的询问。例如,订户可以请求发明者或广告商将另一条消息插入到无线移动通信设备中,以将音频、视频或电子数据副本或可以构想出的这种媒体、或之前所提供的消息的副本转发至移动设备内的电子消息输入端、存储器和检索数据库,或与广告商的代表(诸如电话销售商或通过WAP或WEB浏览器)建立直接的远程通信

或其他数据链路。订户可对广告商的询问做出响应,并且广告商可以在特定消息后、一组消息后或无线移动通信结束后或订户指示或确定时立即满足订户的请求。

[0059] 如订户订阅的一部分一样提供给订户的使系统运行的特定软件应用取决于所使用的接收设备和装备。然后,利用操作部件和屏幕图标使该设备运行以实现用户功能。此外,广告包括可以修改设备上用于执行与广告相关联的动作用的键的代码。例如,广告可以包括将设备上的“p”键链接至与广告相关联的电话号码(诸如广告商的联系号码、或与广告相关联的竞争对手的呼入入口号码)的代码。其他潜在的图标包括激活 WAP 或互联网连接以访问广告中提到的网站、或产生地址簿以自动地进入包含在广告中的信息的键。

[0060] “Request V-code”将打开用户界面,其中,其将5位特定的数字码提供给他们希望获得的活动或要约。

[0061] “Cancel”将删除请求。

[0062] “Stored Ads”将使订户能够将所选择的媒体保留在他们的设备中以用于将来提取或赎回优待券等。在“Stored Ads”图标下,将是“View ad”、“Close”和“Delete”的选项。

[0063] “View ad”将使广告显示在屏幕上,并且将提供进一步的选项“Close”或“Delete”。选择“Close”将取消显示并将该条目保留在“Stored Ads”列表中。“Delete”将取消该显示并将该媒体从“Stored Ads”列表中去除。

[0064] 一旦订户进行了登记,他们就被激活并授权许广告商将媒体提供至他们的设备,并且同意接受以激励和报酬作为授权许可的补偿。通过取消业务可以随时撤回许可。激活的订户将基于订户对应的适当的人口统计信息广告商选择开始接收用于显示在他们的移动或传统/VOIP 电话设备上的媒体。

[0065] 广告商项

[0066] 为广告商提供有创建和控制他们的活动的多个完全集成的系统。

[0067] PCMS 是“计划、活动管理系统”,并且是通过其可以管理广告商活动的所有非货币形式方面的入口。PCMS 内所选择的变量通过一系列的输入和下拉列表限定了目标观众的传送规格。

[0068] 源媒体通过用于分发的 PCMS “上载”至所选择的目标观众。可以在大小上限制媒体内容,诸如每个活动 1Mb 的容量,并且还可以在类型上限制媒体内容,即仅为视频、仅为静态图像、仅为广告。通过 PCMS 准备分发的媒体将由在分发之前提供的系统进行验证和批准。

[0069] 通过该系统还可以管理其他的传送变量,诸如时间变量、位置变量、和重复变量。广告商可以从“均衡广播(balanced broadcast)”或“直接广播(immediate broadcast)”中进行选择,其中这两种广播将根据传送时间来确定活动的“传播”。

[0070] PCMS 依赖于通过经由 OBS(在线计费系统)收集并整合的信息所控制的信息。OBS 控制活动的整体预算和为广告观看所确定的拍卖估价或出价(每次广告观看付费系统-PPAV)。

[0071] 该系统将通过所有提交并被批准的与目标标准有关的媒体内容执行正在进行的分类,并且基于最高值的 PPAV,该内容将为订户设备可用以利用下一个块进行下载,并将对观看时间的优先级进行排列(即,被观看的 10 个媒体中的第一个至将被观看的 10 个媒体

中的第十个)。

[0072] 由于这些变量选自两个系统,因此引擎将创建并更新激活的观众按大小排列的号码,以使得广告商可以意识到分发的到达。

[0073] 电子钱包项

[0074] 每个订户都将自动地与系统提供商建立“电子钱包”关系。将私人地提供电子钱包以获取通过订户根据图 4 中所示的次序参与到系统中而挣得的存款。

[0075] 作为观看事件过程的一部分生成作为 OBS 内的 PPAV 出价要素的存款。还可以通过非事件活动(诸如推荐、转发广告、奖品内容接收或调查/轮询响应)获得额外的存款。

[0076] 媒体选择项

[0077] 基于组合变量的层级选择用于显示的媒体。广告商给出层级中的最高优先级出价值或“每次广告观看的价格”。时间敏感性和位置敏感性也将包括在媒体显示串的创建之内。每个显示串都将在该串到期时、或按小时(无论哪个更快些)进行更新或重新加载。更新和重新加载的参数依赖于设备,这反应了移动设备的存储能力和硬件能力。用于显示串的媒体存储在系统服务器中的订户文件夹中,并在将媒体加载到文件夹中时将其定制为与移动设备的规格相匹配。提供给移动设备的媒体将存储在移动设备中的存储器中,直到其被观看。

[0078] 一旦每个特定的媒体被观看,就捕获一个事件来向广告商报告,以对订户观看广告进行补偿的形式向订户的电子钱包报告,并且为广告商更新统计,为广告商调整剩余预算。

[0079] 每次订户使用他们的接收设备结束呼叫时,将显示下一优先级媒体。这样的显示将在屏幕上一一直保持直到对移动设备采取另一动作将其从屏幕上去除(通过仅按下任意键)或通过发出或接收另一移动呼叫。

[0080] 还可以将观看过的对于订户具有特殊价值的广告存储在设备中用于将来的提取,其中该媒体包括特价出售或用于兑换的优待券。

[0081] 通过媒体观看事件列表产生的明确地可测量结果给了广告商空前的观众统计数据。通过在将来时间或日期(还可以在广告商或其客户的销售或交易点处获取)可下载的优待券或其他可以存储、提取的媒体能够得到进一步的精确性。

[0082] 所提供的媒体可以以所有已知或构想的格式和每个商业咨文或广告或总广告块的最大文件大小(例如,1Mb)来提供。该系统还可以基于广告商项限制类似的媒体类型(静态图像、视频、音频/视频)。媒体以存储在设备的存储器中的串或块(优选地为每块 10 个广告)的形式传送给接收电话设备,直到其被显示。

[0083] 订户可以将希望保留在他们的接收设备的存储器内的那些媒体指定为“stored ad(已存储广告)”,并可以在任何时候提取所保存的媒体。一旦媒体被观看,除非广告商指定了进行重复,否则订户不能为任何随后的观看获得存款,因为观看事件不能被获取。

[0084] 尽管上述的方法在移动以及陆线/传统电话设备的上下文中提出,但是该方法同样可应用于其它的通信系统和设备,例如电子邮件、个人计算机、电视机、以及其他设备和系统。

[0085] 至此总结了本发明的优选实施例的描述。为了示意的目的提出了前述描述,但并不是用于穷尽或将本发明限制于所公开的精确形式。旨在本发明的保护范围不由说明书限定而只由随后的权利要求书限定。

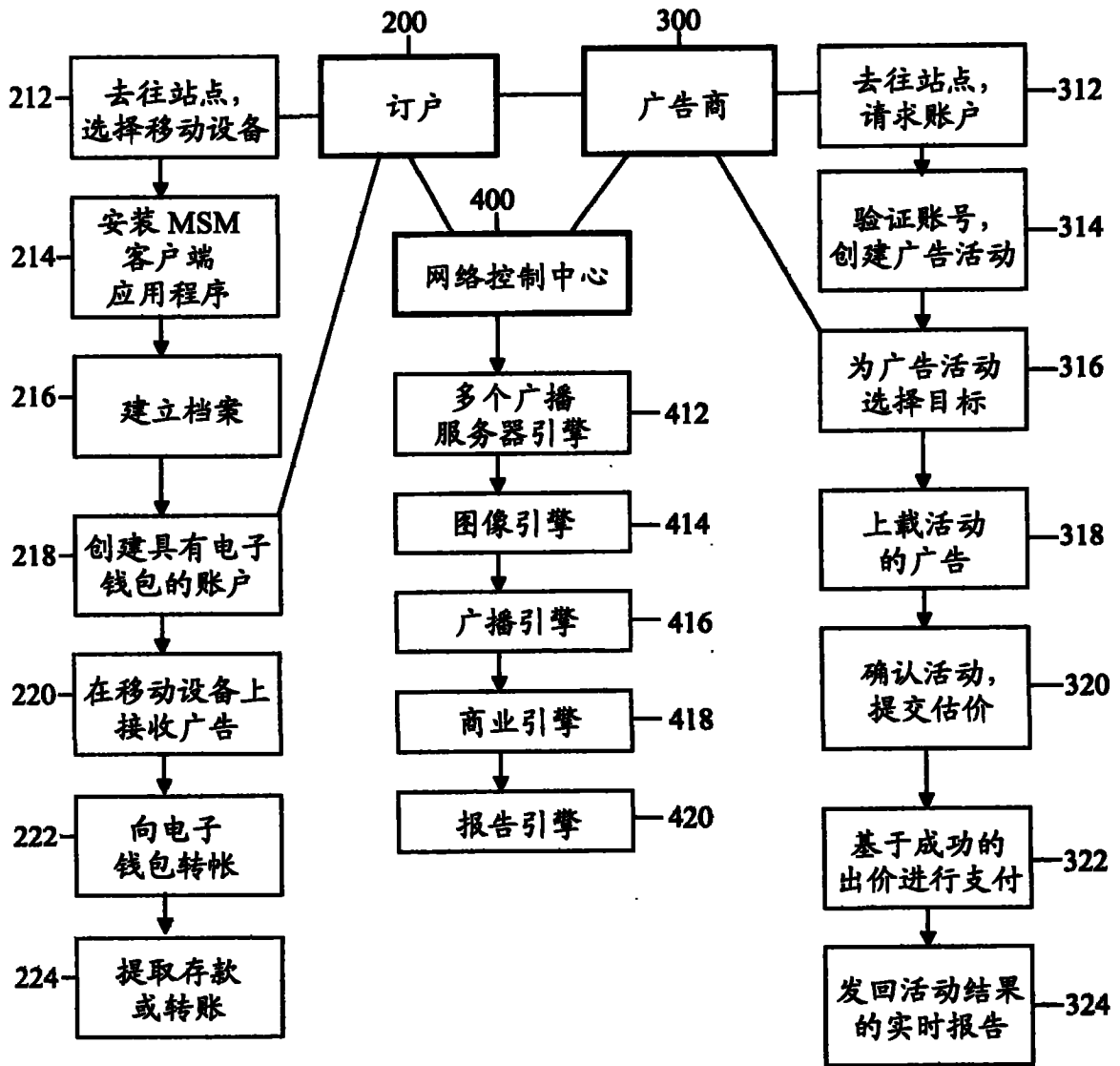


图 1

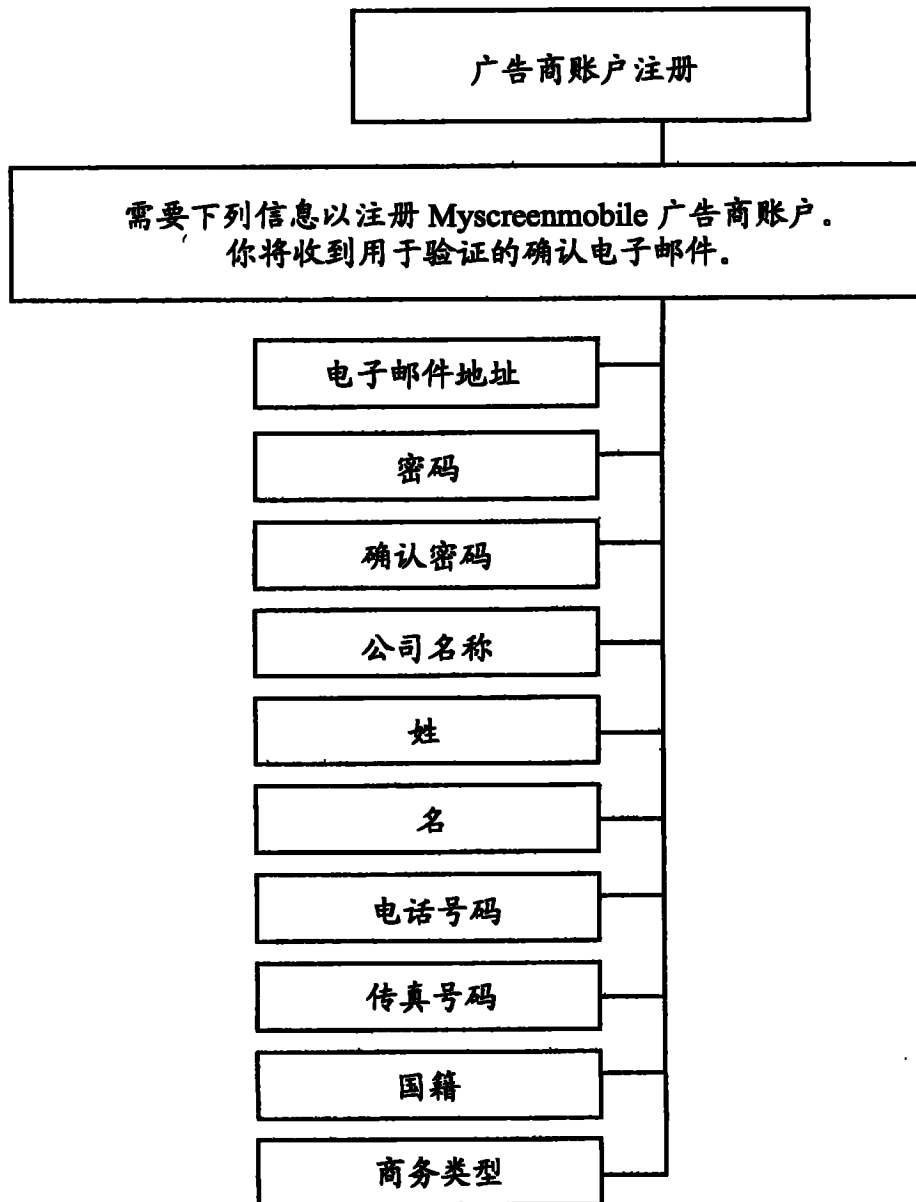


图 2

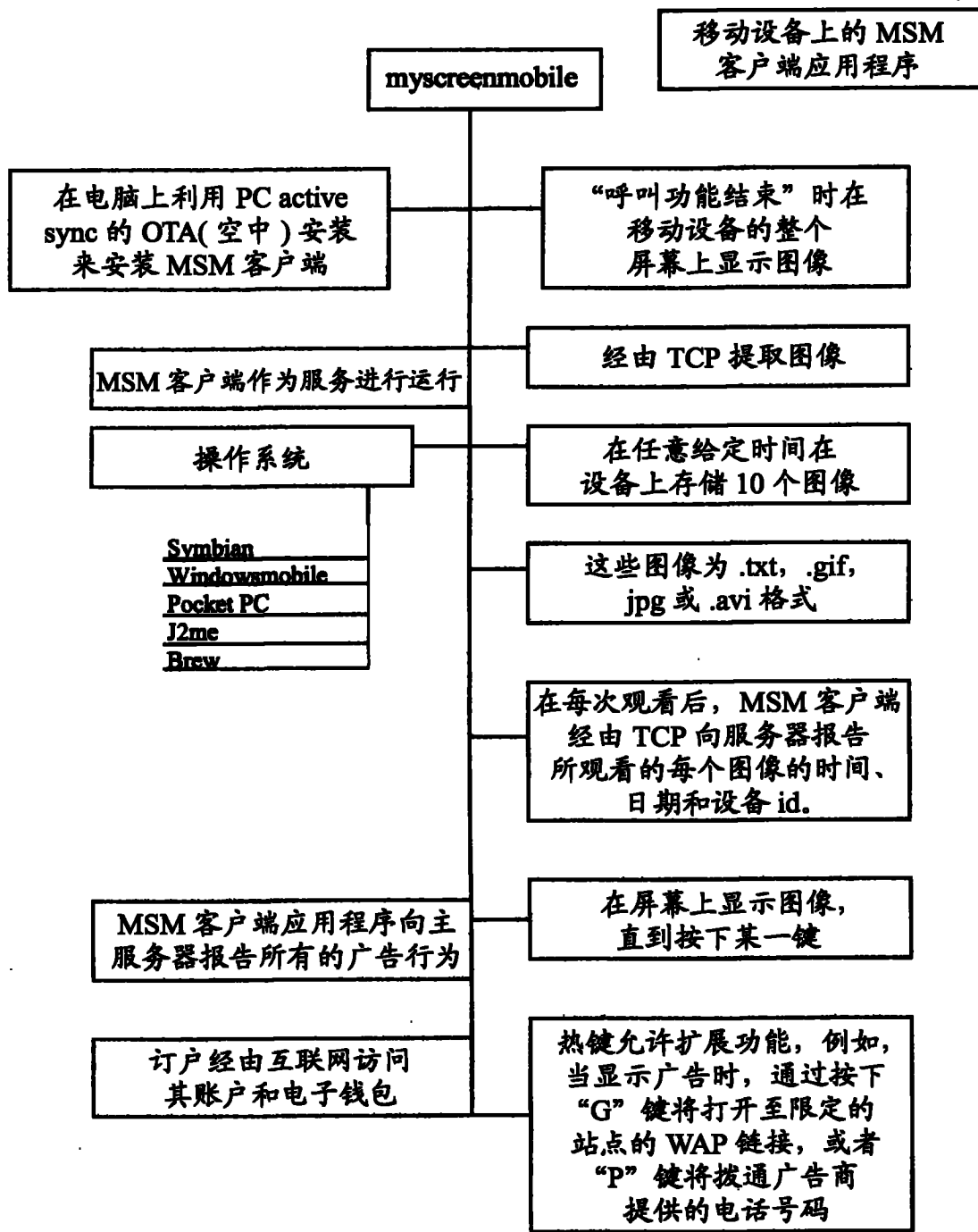


图 3

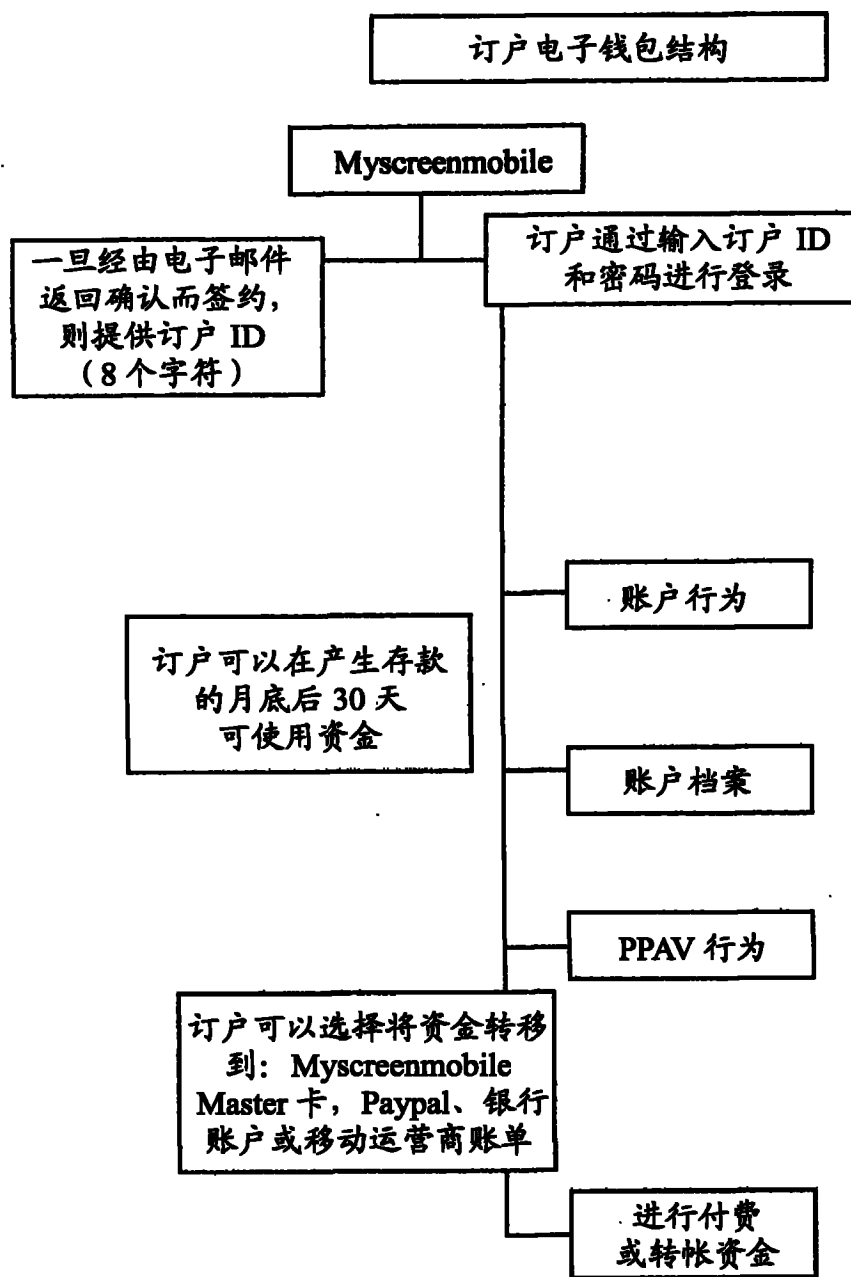


图 4