(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(11) 공개번호 10-2008-0098232
(43) 공개일자 2008년11월07일

(51) Int. Cl.
G06F 17/30 (2006.01) *G06Q 30/00* (2006.01)
(21) 출원번호 10-2007-0043654
(22) 출원일자 2007년05월04일
심사청구일자 2007년05월04일

(71) 출원인
엔에이치엔(주)
경기도 성남시 분당구 정자동 25-1 분당벤처타운
(72) 발명자
위우식
경기도 용인시 수지구 상현동 벽산아파트 101동 101호
김민욱
서울시 중랑구 묵2동 235-103
노혜정
경기도 수원시 권선구 금곡동 엘지빌리지 103-1501
(74) 대리인
특허법인무한

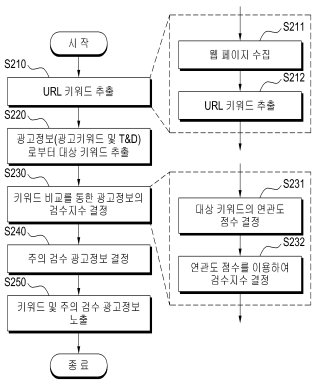
전체 청구항 수 : 총 31 항

(54) 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법 및 시스템

(57) 요 약

본 발명은 키워드 광고의 광고 내용에 대한 검수 방법 및 시스템에 관한 것이다. 본 발명에 의한 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법 및 시스템은 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출하는 단계, 상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하는 단계 및 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하는 단계를 포함할 수 있다.

대 표 도 - 도2



특허청구의 범위

청구항 1

광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출하는 단계;

상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하는 단계; 및

상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 2

제1항에 있어서,

광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출하는 상기 단계는,

상기 URL을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 웹 페이지를 수집하는 단계; 및

상기 수집된 웹 페이지의 내용으로부터 상기 URL 키워드를 추출하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 3

제2항에 있어서,

URL을 크롤링하여 광고 사이트와 연관된 웹 페이지를 수집하는 상기 단계는,

상기 URL에 의해 직접 연결된 대표 웹 페이지를 수집하는 단계; 및

상기 대표 웹 페이지에 링크 연결된 웹 페이지를 더 수집하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 4

제1항에 있어서,

상기 광고정보는,

상기 광고주로부터 등록 받은 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 검수 방법.

청구항 5

제1항에 있어서,

추출된 제1키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하는 상기 단계는,

상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 단계; 및

상기 검수지수를 비교하여 주의 검수 광고정보를 결정하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 6

제5항에 있어서,

추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 상기 단계는,

상기 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하는 단계; 및

상기 결정된 대상 키워드의 연관도 점수를 이용하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 7

제6항에 있어서,

상기 결정된 연관도 점수를 이용하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 상기 단계는,

상기 복수의 광고정보와 상기 광고정보 각각으로부터 추출된 적어도 하나의 대상 키워드의 연관도 점수를 매칭하는 단계; 및

상기 복수의 광고정보 각각에 매칭된 연관도 점수를 평균하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수로 결정하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 8

제1항에 있어서,

추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하는 상기 단계는,

상기 추출된 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하는 단계;

상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 비교하여 주의 검수 키워드를 결정하는 단계; 및

상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법

청구항 9

제6항 또는 제8항에 있어서,

상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 리스팅하여 노출하는 단계

를 더 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 10

제5항에 있어서,

상기 복수의 광고정보를 상기 검수지수에 따라 리스팅하여 노출하는 단계

를 더 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 11

소정의 웹 페이지로부터 사회적으로 이슈가 되는 이슈 키워드를 추출하는 단계;

광고주로부터 등록 받은 복수의 광고정보로부터 상기 광고 사이트와 연관된 대상 키워드를 추출하는 단계; 및

상기 추출된 대상 키워드 및 이슈 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 사회적 이슈가 되고 있어 주의가 필요한 주의 검수 광고정보를 상기 복수의 광고정보로부터 결정하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 12

제11항에 있어서,

상기 소정의 웹 페이지는,

뉴스 페이지 및 실시간 검색어 페이지를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 검수 방법.

청구항 13

제11항에 있어서,

상기 복수의 광고정보는,

광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator), 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 검수 방법.

청구항 14

제11항에 있어서,

추출된 대상 키워드 및 이슈 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 사회적 이슈가 되고 있어 주의가 필요한 주의 검수 광고정보를 결정하는 상기 단계는,

상기 추출된 이슈 키워드와 연관된 대상 키워드를 찾아 주의 검수 키워드로 결정하는 단계; 및

상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 15

제14항에 있어서,

추출된 이슈 키워드와 연관된 대상 키워드를 찾아 주의 검수 키워드로 결정하는 상기 단계는,

상기 이슈 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하고, 상기 계산된 연관도 점수에 따라 주의 검수 키워드를 결정하는 단계

를 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 16

제15항에 있어서,

상기 주의 검수 키워드 및 상기 주의 검수 키워드와 연관된 이슈 키워드를 매칭하여 노출하는 단계

를 더 포함하는 광고 검수 방법.

청구항 17

제1항 내지 제8항 또는 제10항 내지 제16항 중 어느 한 항의 방법을 실행하기 위한 프로그램이 기록되어 있는 것을 특징으로 하는 컴퓨터에서 판독 가능한 기록 매체.

청구항 18

광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출하는 URL 키워드 추출부;

상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하는 대상 키워드 추출부; 및

상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하는 결정부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 19

제18항에 있어서,

상기 URL 키워드 추출부는,

상기 URL을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 웹 페이지를 수집하는 크롤링부; 및

상기 수집된 웹 페이지의 내용으로부터 상기 URL 키워드를 추출하는 추출부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 20

제19항에 있어서,

상기 크롤링부는,

상기 URL에 의해 직접 연결된 대표 웹 페이지를 수집하는 대표 수집부; 및

상기 대표 웹 페이지에 링크 연결된 웹 페이지를 더 수집하는 링크 수집부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 21

제18항에 있어서,

상기 광고정보는,

상기 광고주로부터 등록 받은 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 검수 시스템.

청구항 22

제18항에 있어서,

상기 결정부는,

상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 검수지수 결정부; 및

상기 검수지수를 비교하여 주의 검수 광고정보를 결정하는 주의 검수 결정부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 23

제22항에 있어서,

상기 검수지수 결정부는,

상기 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하는 연관도 점수 결정부; 및

상기 결정된 대상 키워드의 연관도 점수를 이용하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 지수 결정부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 24

제23항에 있어서,

상기 지수 결정부는,

상기 복수의 광고정보와 상기 광고정보 각각으로부터 추출된 적어도 하나의 대상 키워드의 연관도 점수를 매칭하는 매칭부; 및

상기 복수의 광고정보 각각에 매칭된 연관도 점수를 평균하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수로 결정하

는 평균부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 25

제18항에 있어서,

상기 결정부는,

상기 추출된 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하는 연관도 점수 결정부;

상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 비교하여 주의 검수 키워드를 결정하는 비교 결정부; 및

상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정하는 주의 검수 결정부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 26

소정의 웹 페이지 정보로부터 사회적으로 이슈가 되는 이슈 키워드를 추출하는 이슈 키워드 추출부;

광고주로부터 등록 받은 복수의 광고정보로부터 상기 광고 사이트와 연관된 대상 키워드를 추출하는 대상 키워드 추출부; 및

상기 추출된 대상 키워드 및 이슈 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 사회적 이슈가 되고 있어 주의가 필요한 주의 검수 광고정보를 상기 복수의 광고정보로부터 결정하는 결정부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 27

제26항에 있어서,

상기 소정의 웹 페이지는,

인터넷 뉴스 사이트의 뉴스 페이지 및 검색 포탈 사이트의 실시간 검색어 페이지를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 검수 시스템.

청구항 28

제26항에 있어서,

상기 복수의 광고정보는,

광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator), 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 검수 시스템.

청구항 29

제26항에 있어서,

상기 결정부는,

상기 추출된 이슈 키워드와 연관된 대상 키워드를 찾아 주의 검수 키워드로 결정하는 키워드 결정부; 및

상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정하는 주의 검수 결정부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 30

제29항에 있어서,

상기 키워드 결정부는,

상기 이슈 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 계산하고, 상기 계산된 연관도 점수에 따라 주의

검수 키워드를 결정하는 주의 검수 키워드 결정부

를 포함하는 광고 검수 시스템.

청구항 31

제30항에 있어서,

상기 주의 검수 키워드 및 상기 주의 검수 키워드와 연관된 이슈 키워드를 매칭하여 노출하는 키워드 노출부

를 더 포함하는 광고 검수 시스템.

명 세 서

발명의 상세한 설명

발명의 목적

발명이 속하는 기술 및 그 분야의 종래기술

<13> 본 발명은 광고의 내용에 대한 검수 방법 및 시스템에 관한 것이다.

<14> 인터넷을 이용한 검색 시스템은 키워드의 입력만으로 그에 따른 정보를 제공함과 동시에 그와 연관된 광고 데이터도 함께 제공할 수 있어 광고의 효과를 극대화 시킬 수 있으며, 이러한 장점으로 인하여 인터넷을 통한 광고는 광고주들에게 광고 정보를 소비자들에게 제공할 최적의 장소로 각광받고 있다.

<15> 인터넷을 통한 광고에 있어서, 가장 대표적인 분야는 키워드 광고 분야이다. 키워드 광고란 광고주(또는 광고대행자)가 자신의 웹사이트 혹은 회사, 상품을 가장 잘 표현한다고 생각하는 키워드를 검색 포탈 사이트에 등록하고 상기 사용자가 검색어 입력창에 검색어를 입력한 후 검색을 수행하면 상기 검색어에 해당하는 키워드를 등록한 광고주의 광고를 검색 결과로 보여주는 형태의 광고영역이다. 따라서 광고주는 자신의 광고에 대한 URL, 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 상기 검색 포탈 사이트에 등록함으로써, 키워드 광고를 의뢰할 수 있다.

<16> 인터넷 검색 포탈 사이트는 상기와 같이 광고주로부터 광고를 위한 상기 URL, 광고 키워드 및 노출용 광고 정보의 등록이 있는 경우 상기 광고에 대한 검수 작업을 실시한다. 상기 검수 작업을 통하여 사회적으로 문제가 되는 키워드, 성인용 키워드 및 광고주의 광고와 전혀 연관성이 없으나 광고 노출 횟수만을 높게 하기 위한 광고 키워드 및 노출용 광고 정보 등을 배제할 수 있다.

<17> 현재는 광고주로부터 광고가 들어오면 하나하나 검수자가 직접 검수를 진행하고 있다. 상기 광고 사이트와 관련 있는 광고 키워드 및 노출용 광고정보인지를 확인하기 위하여, 상기 광고주의 광고 사이트에 직접 접속하여 설명문구를 확인하고 검수 작업을 하고 있다. 하지만 이러한 검수 작업은 사람이 하는 일이기 때문에 가끔 등록이 되면 안되는 키워드들이 등록되는 경우가 발생되는 문제점이 있다.

<18> 실제로, "부품폰" 이라든지 부정 키워드가 등록이 되는 경우가 있으며, 이는 사회적 이슈로 인해 등록이 되면 안되는 키워드였다. 하지만 검수자가 해당 키워드의 이슈를 파악하지 못하여 검수를 통과 시켰고, 이로 인해 광고가 노출되는 문제가 발생하였다.

발명이 이루고자 하는 기술적 과제

<19> 본 발명은 상술한 바와 같은 종래기술의 문제점을 해결하기 위해 안출된 것으로서, 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출하고, 상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하고, 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정함으로써, 상기 광고주의 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 광고정보를 배제하고, 사회적으로 이슈가 되고 있는 키워드의 검수 통과를 방지하기 위하여, 검수자에게 주의 검수 광고정보를 제공해주는 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법 및 시스템을 제공한다.

발명의 구성 및 작용

<20> 상기의 목적을 달성하고, 상술한 종래기술의 문제점을 해결하기 위하여, 본 발명의 일실시예에 따른 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법은 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출하는 단계, 상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하는 단계 및 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하는 단계를 포함한다.

<21> 본 발명의 일측에 따르면, 추출된 제1키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하는 상기 단계는 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 단계 및 상기 검수지수를 비교하여 주의 검수 광고정보를 결정하는 단계를 포함한다.

<22> 본 발명의 다른 측면에 따르면, 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 상기 단계는 상기 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하는 단계 및 상기 결정된 대상 키워드의 연관도 점수를 이용하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 단계를 포함한다.

<23> 본 발명의 또다른 측면에 따르면, 상기 결정된 연관도 점수를 이용하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 상기 단계는 상기 복수의 광고정보와 상기 광고정보 각각으로부터 추출된 적어도 하나의 대상 키워드의 연관도 점수를 매칭하는 단계 및 상기 복수의 광고정보 각각에 매칭된 연관도 점수를 평균하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수로 결정하는 단계를 포함한다.

<24> 본 발명의 또다른 측면에 따르면, 추출된 제1키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하는 상기 단계는 상기 추출된 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하는 단계, 상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 비교하여 주의 검수 키워드를 결정하는 단계 및 상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정하는 단계를 포함한다.

<25> 본 발명의 다른 실시예에 따른 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법은 소정의 웹 페이지 정보로부터 사회적으로 이슈가 되는 이슈 키워드를 추출하는 단계, 광고주로부터 등록 받은 복수의 광고정보로부터 상기 광고 사이트와 연관된 대상 키워드를 추출하는 단계 및 상기 추출된 대상 키워드 및 이슈 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 사회적 이슈가 되고 있어 주의가 필요한 주의 검수 광고정보를 상기 복수의 광고정보로부터 결정하는 단계를 포함한다.

<26> 본 발명의 또다른 실시예에 따른 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템은 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출하는 URL 키워드 추출부, 상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하는 대상 키워드 추출부 및 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하는 결정부를 포함한다.

<27> 본 발명의 또다른 실시예에 따른 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템은 소정의 웹 페이지 정보로부터 사회적으로 이슈가 되는 이슈 키워드를 추출하는 이슈 키워드 추출부, 광고주로부터 등록 받은 복수의 광고정보로부터 상기 광고 사이트와 연관된 대상 키워드를 추출하는 대상 키워드 추출부 및 상기 추출된 대상 키워드 및 이슈 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 사회적 이슈가 되고 있어 주의가 필요한 주의 검수 광고정보를 상기 복수의 광고정보로부터 결정하는 결정부를 포함한다.

<28> 도 1은 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법 및 시스템의 개괄적인 모습을 도시한 도면이다.

<29> 도시된 바와 같이, 광고 검수 시스템은 광고주 단말기(111 내지 113)로부터 URL, 광고 키워드 및 노출용 광고정보(T&D: Title and Description)를 등록 받은 후, 키워드 비교를 이용하여 주의 검수 광고정보를 결정하고 검수자 단말기(120)를 통하여 검수자에게 상기 주의 검수 광고정보를 노출할 수 있다.

<30> 상기 광고 검수 시스템은 상기 광고주가 입력한 URL을 크롤링하여 수집한 광고 사이트에 포함된 웹 페이지로부터 URL 키워드를 추출하고 상기 광고 키워드 및 노출용 광고 정보로부터 추출된 대상 키워드와의 비교를 통하여 상기 주의 검수 광고정보를 결정할 수 있다. 또한 사회적으로 이슈가 되는 이슈 키워드를 상기 인터넷 망으로부터 추출하고, 상기 이슈 키워드와 상기 대상 키워드의 비교를 통하여 상기 주의 검수 광고정보를 결정할 수

있다.

<31> 상기 URL은 인터넷에 존재하는 다양한 형태의 서비스를 제공하는 수많은 서버들로부터 필요한 정보를 획득하기 위해 이들의 위치를 표시하는 체계이다. 광고 키워드란 키워드 광고를 위하여 광고주가 구매한 키워드로서, 인터넷 검색 사용자가 검색어 입력란에 상기 광고 키워드를 입력한 경우 상기 광고 키워드를 구매한 광고주의 광고정보가 노출되게 된다. 이 때 노출되는 광고 형태의 하나가 상기 노출용 광고 정보이고, 특히 상기 노출용 광고 정보는 클릭 전 광고 타이틀 및 요약문으로 광고 형태의 하나이다. 이하 도 2 내지 도 8을 통해 이러한 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법 및 시스템에 대하여 더욱 상세하게 살펴 보도록 한다.

<32> 본 발명에 따른 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법은 아래와 같이 3가지 실시예로 구분될 수 있다.

<33> 1) 상기 광고주로부터 등록 받은 URL을 크롤링하여 URL 키워드를 추출하고, 상기 광고주로부터 등록 받은 광고정보(광고 키워드 및 노출용 광고 정보)로부터 대상 키워드를 추출하여, 상기 URL 키워드 및 상기 대상 키워드 상호간의 키워드 비교를 통하여 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하고, 상기 연관도 점수를 상기 복수의 광고 정보에 매칭하여 검수지수를 결정하고, 상기 검수지수를 비교함으로써, 주의 검수 광고정보를 결정하는 일실시예.

<34> 2) 상기 광고주로부터 등록 받은 URL을 크롤링하여 URL 키워드를 추출하고, 상기 광고주로부터 등록 받은 광고정보(광고 키워드 및 노출용 광고 정보)로부터 대상 키워드를 추출하여, 상기 URL 키워드 및 상기 대상 키워드 상호간의 키워드 비교를 통하여 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하고, 상기 연관도 점수를 비교하여 주의 검수 키워드를 결정하고, 상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정하는 일실시예.

<35> 3) 인터넷 망에 연결되어 있는 뉴스 사이트 및 실시간 검색어 제공 사이트로부터 이슈 키워드를 추출하여 상기 광고주로부터 등록 받은 광고정보(URL, 광고 키워드 및 노출용 광고정보)로부터 대상 키워드를 추출하여, 상기 이슈 키워드 및 상기 대상 키워드 상호간의 키워드 비교를 통하여 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하고, 상기 연관도 점수를 비교하여 주의 검수 키워드를 결정하고, 상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정하는 일실시예.

<36> 도 2는 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법을 도시한 흐름도이다. 도시된 바와 같이, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법은 단계(S210) 내지 단계(S250)로 수행될 수 있다.

<37> 단계(S210)에서 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템은 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출할 수 있다. 도시된 바와 같이, 단계(S210)는 단계(S211) 및 단계(S212)로 수행될 수 있다.

<38> 단계(S211)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 URL을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 웹 페이지를 수집할 수 있으며, 단계(S212)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 수집된 웹 페이지의 내용으로부터 상기 URL 키워드를 추출할 수 있다. 단계(S211)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 광고 사이트와 연관된 웹 페이지를 수집하기 위해서, 상기 URL에 의해 직접 연결된 대표 웹 페이지를 수집하고 상기 대표 웹 페이지에 링크 연결된 웹 페이지를 더 수집할 수 있다.

<39> URL은 앞서 살펴 본 바와 같이, 인터넷 상에서 제공되는 수 많은 서비스의 위치를 표시하는 주소 체계이다. 이러한 URL로서 상기 광고주의 광고 사이트의 주소를 표시할 수 있으며, 상기 광고 사이트에서 제공하는 웹 페이지의 주소를 표시할 수 있다. 상기 크롤링이란, 인터넷 상에서 존재하는 웹 문서 등을 수집하는 것을 의미할 수 있으며, 이러한 크롤링을 위하여 크롤링 로봇이라 불리우는 응용프로그램이 존재한다. 따라서, URL을 크롤링한다는 것은 상기 URL을 통하여 구분되는 대표 웹 페이지를 수집한다는 것이며, 더 나아가, 상기 대표 웹 페이지에 링크되어 연결된 웹 페이지를 더 수집할 수 있다는 것이다. 상기 수집된 웹 페이지로부터 내용을 추출하여 상기 내용을 기반으로 URL 키워드를 추출할 수 있다. 상기 URL 키워드는 상기 광고주의 광고 사이트로부터 추출된 것이기 때문에 상기 광고주의 광고정보에 가장 연관된 키워드일 수 있다. 실제로 검색 포탈 사이트는 상기 광고주의 광고 사이트로부터 추출된 키워드를 광고 키워드로 추출하여 상기 광고주에게 추천하여 키워드 광고에 대한 효율적인 서비스를 제공하고 있다.

<40> 단계(S220)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출할 수 있다. 상기 광고정보는 상기 광고주로부터 등록 받은 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 포함할 수 있다.

<41> 광고 키워드란 키워드 광고를 위하여 광고주가 구매한 키워드로서, 인터넷 검색 사용자가 검색어 입력란에 상기 광고 키워드를 입력한 경우 상기 광고 키워드를 구매한 광고주의 광고정보가 노출되게 된다. 이 때 노출되는 광고 형태의 하나가 상기 노출용 광고 정보이고, 특히 상기 노출용 광고 정보는 클릭 전 광고 타이틀 및 요약문으로 광고 형태의 하나이다.

<42> 검수의 목적은 상기 광고주가 자신의 광고와 무관하게 단순히 광고 클릭 수 증가 및 검색 포탈 사이트에서의 노출 수의 증가만을 목적으로 등록한 광고정보를 구별하기 위한 것으로서, 상기 검수의 대상이 되는 것은 상기 광고정보에 포함되는 광고 키워드 및 노출용 광고 정보가 될 수 있다. 따라서, 주의 검수 광고정보를 결정하기 전에 먼저 상기 광고정보를 추출하는 단계가 필요하다. 상기 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하기 위해서, 상기 광고 검수 시스템은 상기 광고정보의 내용으로부터 문자를 추출하여 한 음절 이상의 단어 정보를 상기 대상 키워드로 결정할 수 있다.

<43> 단계(S230)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하기 위해서, 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정할 수 있다. 도시된 바와 같이, 단계(S230)는 단계(S231) 및 단계(S232)로 수행될 수 있다.

<44> 단계(S231)에서 상기 광고 검수 시스템은 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하기 위해서, 상기 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정할 수 있다.

<45> 상기 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하기 위해서 연관도 판단 방법을 이용할 수 있다. 상기 연관도 판단은 상기 대상 키워드를 기준으로 하여 적어도 하나의 URL 키워드와 연관도가 어느 정도인지를 판단하는 것이다. 상기 연관도 점수는 상기 연관도 판단을 통하여 상기 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도를 점수로 표현한 것이다.

<46> 연관도 점수를 산정하는 일실시예에 있어서, 상기 광고 검수 시스템은 인터넷 검색 입력란에 입력한 제1 쿼리 및 제2 쿼리를 쿼리 셋(query set)으로 하여 상기 복수의 쿼리 셋이 등장하는 빈도수를 측정하여 상기 제1 쿼리 및 제2 키워드의 연관도 점수로 결정할 수 있다. 상기 쿼리 셋의 빈도수를 이용한 연관도 판단은 사용자가 입력한 제1 쿼리와 상기 제1 쿼리가 입력된 후 입력되는 제2 쿼리인 경우 상호 연관도가 높기 때문이다.

<47> 연관도 점수를 산정하는 다른 실시예에 있어서, 상기 광고 검수 시스템은 웹 상에 존재하는 뉴스, 게시물 등과 같은 문서 집합을 통하여 결정될 수 있다.

<48> 상기 광고 검수 시스템은 문서 집합을 기반으로 키워드 간의 연관도를 측정하는 방법을 이용하여, 문서 집합이 포함하는 단어, 문서, 상기 단어에 대한 단어분류 또는 상기 문서에 대한 문서분류를 통해 단어 통계 정보를 획득하고, 상기 단어 통계 정보를 정형화하고, 상기 정형화된 단어 통계 정보에 기초하여 상기 키워드 간의 연관도 점수를 결정할 수 있다. 상기 광고 검수 시스템은 상기 단어마다 상기 단어가 등장한 횟수인 발생빈도 및 상기 단어가 다른 단어와 같이 등장한 문서의 개수인 교차빈도를 상기 단어 통계 정보로서 획득하여 상기 키워드 간의 연관도 점수를 결정할 수 있다.

<49> 연관도 점수를 산정하는 또다른 실시예에 있어서, 상기 광고 검수 시스템은 인터넷 포탈 사이트에서 제공하는 연관 검색어 데이터베이스로부터 추출된 연관 검색어 셋으로부터 연관도 점수를 결정할 수 있다. 상기 연관 검색어 셋에 존재하는 연관 검색어 집합의 경우 이미 검색 포탈 사이트에서 연관도를 측정하여 계산된 신뢰할 수 있는 정보일 수 있기 때문이다.

<50> 상기와 같은 연관도 점수 결정 방법은 연관도 점수를 결정하기 위한 일실시예에 불과하여, 본 발명을 통한 URL 키워드에 대한 대상 키워드의 연관도 점수 결정을 위해서 위에 언급한 연관도 점수 결정 방법 이외에도 다양한 방법이 사용될 수 있다. 나아가, 상기 복수의 연관도 점수 결정 방법 중 선택된 두 개 이상의 연관도 점수 결정 방법을 동시에 사용하여 상기 연관도 점수를 결정할 수 있다.

<51> 단계(S232)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 결정된 대상 키워드의 연관도 점수를 이용하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정할 수 있다.

<52> 상기 광고 검수 시스템은 상기 복수의 광고정보와 상기 광고정보 각각으로부터 추출된 적어도 하나의 대상 키워드의 연관도 점수를 매칭하고, 상기 복수의 광고정보 각각에 매칭된 연관도 점수를 평균하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수로 결정할 수 있다. 이와 같은 단계(S232)에 대해서는 추후 도 4를 통하여 더욱 상세하게

살펴 보도록 한다.

<53> 단계(S240)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하기 위해서, 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 결정된 상기 검수지수를 비교하여 주의 검수 광고정보를 결정할 수 있다.

<54> 좀 더 구체적으로, 상기 광고 검수 시스템은 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 비교하여 상기 검수지수가 가장 낮은 수치를 가지는 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정할 수 있으며, 상기 검수지수가 일정수치 이하(예를 들면 50이하)의 경우에 주의 검수 광고정보로 결정할 수 있다. 나아가 주의 검수 광고정보의 개수를 미리 정하여 그 개수만큼 주의 검수 광고정보를 결정할 수 있다. 상기 주의 검수 광고정보를 검수자 단말기 등을 통하여 제공받는 검수자는 검수를 함에 있어 중요한 정보를 제공받는 것으로, 상기 검수자의 검수에 있어 효율성을 크게 향상시킬 수 있으며, 검수의 정확도를 높일 수 있다.

<55> 단계(S250)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 결정된 주의 검수 광고정보를 노출할 수 있으며, 상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 리스팅하여 노출할 수 있고, 상기 복수의 광고정보를 상기 검수지수에 따라 리스팅하여 노출할 수 있다.

<56> 상기 검수자에게 상기 결정된 주의 검수 광고정보만을 노출하기 보다는 상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 리스팅하여 노출하고, 상기 복수의 광고정보를 상기 검수지수에 따라 리스팅하여 노출함으로써, 상기 광고 검수 시스템에 의하여 결정된 주의 검수 광고정보 만을 획일적으로 노출 받는 것보다 유동적인 검수 작업이 가능하게 할 수 있다.

<57> 도 3은 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법을 도시한 흐름도이다. 도시된 바와 같이, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법은 단계(S310) 내지 단계(S360)로 수행될 수 있다.

<58> 단계(S310)에서 상기 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템은 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출할 수 있다. 단계(S310)는 단계(S210)와 같은 방법에 의하여 수행될 수 있다.

<59> 단계(S320)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출할 수 있다. 상기 광고정보는 상기 광고주로부터 등록 받은 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 포함할 수 있다. 단계(S320)는 단계(S220)와 같은 방법에 의하여 수행될 수 있다.

<60> 단계(S330)에서 상기 광고 검수 시스템은 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하기 위해서, 상기 추출된 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정할 수 있다.

<61> 상기 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하기 위해서 연관도 판단 방법을 이용할 수 있다. 상기 연관도 판단은 상기 대상 키워드를 기준으로 하여 적어도 하나의 URL 키워드와 연관도가 어느 정도인지를 판단하는 것이다. 상기 연관도 점수는 상기 연관도 판단을 통하여 상기 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도를 점수로 표현한 것이다.

<62> 연관도 점수를 산정하는 일실시예에 있어서, 상기 광고 검수 시스템은 인터넷 검색 입력란에 입력한 제1 쿼리 및 제2 쿼리를 쿼리 셋(query set)으로 하여 상기 복수의 쿼리 셋이 등장하는 빈도수를 측정하여 상기 제1 쿼리 및 제2 키워드의 연관도 점수로 결정할 수 있다. 상기 쿼리 셋의 빈도수를 이용한 연관도 판단은 사용자가 입력한 제1 쿼리와 상기 제1 쿼리가 입력된 후 입력되는 제2 쿼리인 경우 상호 연관도가 높기 때문이다.

<63> 연관도 점수를 산정하는 다른 실시예에 있어서, 상기 광고 검수 시스템은 웹 상에 존재하는 뉴스, 게시물 등과 같은 문서 집합을 통하여 결정될 수 있다.

<64> 상기 광고 검수 시스템은 문서 집합을 기반으로 키워드 간의 연관도를 측정하는 방법을 이용하여, 문서 집합이 포함하는 단어, 문서, 상기 단어에 대한 단어분류 또는 상기 문서에 대한 문서분류를 통해 단어 통계 정보를 획득하고, 상기 단어 통계 정보를 정형화하고, 상기 정형화된 단어 통계 정보에 기초하여 상기 키워드 간의 연관도 점수를 결정할 수 있다. 상기 광고 검수 시스템은 상기 단어마다 상기 단어가 등장한 횟수인 발생빈도 및 상기 단어가 다른 단어와 같이 등장한 문서의 개수인 교차빈도를 상기 단어 통계 정보로서 획득하여 상기 키워드 간의 연관도 점수를 결정할 수 있다.

<65> 연관도 점수를 산정하는 또다른 실시예에 있어서, 상기 광고 검수 시스템은 인터넷 포탈 사이트에서 제공하는 연관 검색어 데이터베이스로부터 추출된 연관 검색어 셋으로부터 연관도 점수를 결정할 수 있다. 상기 연관 검색어 셋에 존재하는 연관 검색어 집합의 경우 이미 검색 포탈 사이트에서 연관도를 측정하여 계산된 신뢰할 수 있는 정보일 수 있기 때문이다.

<66> 상기와 같은 연관도 점수 결정 방법은 연관도 점수를 결정하기 위한 일실시예에 불과하여, 본 발명을 통한 URL 키워드에 대한 대상 키워드의 연관도 점수 결정을 위해서 위에 언급한 연관도 점수 결정 방법 이외에도 다양한 방법이 사용될 수 있다. 나아가, 상기 복수의 연관도 점수 결정 방법 중 선택된 두 개 이상의 연관도 점수 결정 방법을 동시에 사용하여 상기 연관도 점수를 결정할 수 있다.

<67> 단계(S340)에서 상기 광고 검수 시스템은 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하기 위해서, 상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 비교하여 주의 검수 키워드를 결정할 수 있다.

<68> 좀 더 구체적으로, 상기 광고 검수 시스템은 상기 대상 키워드 각각의 연관도 점수를 비교하여 상기 연관도 점수가 가장 낮은 수치를 가지는 대상 키워드를 주의 검수 키워드로 결정할 수 있으며, 상기 연관도 점수가 일정 수치 이하(예를 들면 50이하)의 경우에 주의 검수 키워드로 결정할 수 있다. 나아가 주의 검수 키워드의 개수를 미리 정하여 그 개수만큼 주의 검수 키워드를 결정할 수 있다.

<69> 단계(S350)에서 상기 광고 검수 시스템은 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정하기 위해서, 상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정할 수 있다.

<70> 상기 복수의 광고정보 각각으로부터 추출할 수 있는 대상키워드는 하나 이상일 수 있으며, 주의 검수 키워드를 추출할 수 있는 광고정보도 하나 이상일 수 있다. 다시 말하면, 주의 검수 키워드가 하나일 경우에도 상기 주의 검수 광고정보는 하나 이상일 수 있으며, 주의 검수 키워드가 하나 이상인 경우에도 상기 주의 검수 광고정보는 하나일 수 있다.

<71> 상기 광고 검수 시스템은 주의 검수 광고정보로 결정된 광고정보를 무조건 배제하는 것이 아니라, 검수자에게 상기 주의 검수 광고정보를 노출하여 상기 검수자로 하여금 정확하고 효율적인 판단을 하도록 상기 주의 검수 광고정보를 제공하는 것이기 때문에, 상기와 같은 주의 검수 키워드에 의한 주의 검수 광고정보 결정 방법은 큰 효과를 볼 수 있다.

<72> 단계(S360)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 결정된 주의 검수 광고정보를 노출할 수 있으며, 상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 리스팅하여 노출할 수 있다.

<73> 상기 검수자에게 상기 결정된 주의 검수 광고정보만을 노출하기 보다는 상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 리스팅하여 노출함으로써, 상기 광고 검수 시스템에 의하여 결정된 주의 검수 광고정보 만을 획일적으로 노출 하는 것보다 유동적인 검수 작업이 가능하게 할 수 있다.

<74> 도 4는 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 통하여 광고정보의 검수지수를 결정하는 방법을 예시한 도면이다.

<75> 도시된 바와 같이, 상기 광고 검수 시스템은 상기 복수의 광고정보와 상기 광고정보 각각으로부터 추출된 적어도 하나의 대상 키워드의 연관도 점수를 매칭하고, 상기 복수의 광고정보 각각에 매칭된 연관도 점수를 평균하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수로 결정할 수 있다.

<76> 좀 더 구체적으로 살펴보면, 상기 광고 키워드 및 노출용 광고 정보를 포함하는 상기 복수의 광고정보 각각으로부터 추출한 대상 키워드는 하나 이상일 수 있다. 앞서 살펴본 바와 같이, 각각의 대상 키워드의 연관도 점수를 결정한 후, 상기 각각의 대상 키워드의 연관도 점수는 상기 각각의 대상 키워드가 추출된 광고정보에 매칭될 수 있다. 예를 들어, 도 4에 표시된 복수의 광고정보의 하나인 T&D C는 상기 T&D C로부터 추출한 대상 키워드 a, 대상 키워드 b 및 대상 키워드 d를 상기 대상 키워드로 갖는다. 도시된 바와 같이, 대상 키워드 a 및 대상 키워드 b는 T&D C를 제외한 다른 광고정보로부터도 추출될 수 있다. 즉, 각각의 대상 키워드는 하나 이상의 광고정보로부터 추출될 수 있으며, 상기 각각의 대상 키워드의 연관도 점수는 하나 이상의 광고정보에 매칭될 수 있다. 각각의 광고정보에 매칭된 연관도 점수를 평균하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수로 결정할 수 있다. 예를 들어, T&D C의 검수지수는 T&D C에 매칭된 연관도 점수인 80, 85 및 90을 평균한 85가 될 수 있다.

<77> 도 5는 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법을 도시한 흐름도이다. 도시된 바와 같이, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법은 단계(S510) 내지 단계(S560)로 수행될 수 있다.

<78> 단계(S510)에서 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템은 소정의 웹 페이지 정보로부터 사회적으로 이슈가 되는 이슈 키워드를 추출할 수 있으며, 상기 소정의 웹 페이지는 인터넷 뉴스 사이트의 뉴스 페이지 및 검색 포탈 사이트의 실시간 검색어 페이지를 포함할 수 있다.

<79> 상기 사회적으로 이슈가 되는 이슈 키워드는 성인 키워드, 최근 언론의 주목을 받는 키워드 및 대중들의 관심을 받는 키워드 등 상기 광고주의 광고와의 연관도는 없으나, 상기 광고주가 광고 효과를 높이거나, 광고 노출수를 높이기 위해 등록한 광고정보를 포함할 수 있다. 상기 광고 검수 시스템은 인터넷 뉴스 사이트의 뉴스 페이지 및 검색 포탈 사이트의 실시간 검색어 페이지로부터 상기 이슈 키워드를 추출할 수 있으며, 뉴스 페이지 및 실시간 검색어 페이지 이외에도 사회적 이슈를 반영하기 위한 웹 문서 등에서도 상기 이슈 키워드를 추출할 수 있다. 즉, 상기 예시된 인터넷 페이지는 일례에 불과하며, 상기 광고 검수 시스템은 발명의 다양한 실시예에 의하여 상기 이슈 키워드를 추출할 수 있다.

<80> 단계(S520)에서 상기 광고 검수 시스템은 광고주로부터 등록 받은 복수의 광고정보로부터 상기 광고 사이트와 연관된 대상 키워드를 추출할 수 있으며, 상기 복수의 광고정보는 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator), 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 포함할 수 있다.

<81> 광고 키워드란 키워드 광고를 위하여 광고주가 구매한 키워드로서, 인터넷 검색 사용자가 검색어 입력란에 상기 광고 키워드를 입력한 경우 상기 광고 키워드를 구매한 광고주의 광고정보가 노출되게 된다. 이 때 노출되는 광고 형태의 하나가 상기 노출용 광고 정보이고, 특히 상기 노출용 광고 정보는 클릭 전 광고 타이틀 및 요약문으로 광고 형태의 하나이다.

<82> 검수의 목적은 상기 광고주가 자신의 광고와 무관하게 단순히 광고 클릭 수 증가 및 검색 포탈 사이트에서의 노출 수의 증가만을 목적으로 등록한 광고정보를 구별하기 위한 것으로서, 상기 검수의 대상이 되는 것은 상기 광고정보에 포함되는 URL, 광고 키워드 및 노출용 광고 정보가 될 수 있다. 따라서, 주의 검수 광고정보를 결정하기 전에 먼저 상기 광고정보를 추출하는 단계가 필요하다. 상기 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하기 위해서, 상기 광고 검수 시스템은 상기 광고정보의 내용으로부터 문자를 추출하여 한 음절 이상의 단어 정보를 상기 대상 키워드로 결정할 수 있다. 단계(S520)에서 상기 URL은 상기 URL을 통하여 접속 가능한 광고 사이트 및 광고 페이지가 아니라 상기 URL을 표현한 문자열 자체를 의미할 수 있다.

<83> 단계(S530)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 추출된 대상 키워드 및 이슈 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 사회적 이슈가 되고 있어 주의가 필요한 주의 검수 광고정보를 상기 복수의 광고정보로부터 결정하기 위해서, 상기 이슈 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정할 수 있다.

<84> 상기 이슈 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하기 위해서 연관도 판단 방법을 이용할 수 있다. 상기 연관도 판단은 상기 대상 키워드를 기준으로 하여 적어도 하나의 이슈 키워드와 연관도가 어느 정도인지를 판단하는 것이다. 상기 연관도 점수는 상기 연관도 판단을 통하여 상기 이슈 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도를 점수로 표현한 것이다.

<85> 연관도 점수를 산정하는 일실시예에 있어서, 상기 광고 검수 시스템은 인터넷 검색 입력란에 입력한 제1 쿼리 및 제2 쿼리를 쿼리 셋(query set)으로 하여 상기 복수의 쿼리 셋이 등장하는 빈도수를 측정하여 상기 제1 쿼리 및 제2 키워드의 연관도 점수로 결정할 수 있다. 상기 쿼리 셋의 빈도수를 이용한 연관도 판단은 사용자가 입력한 제1 쿼리와 상기 제1 쿼리가 입력된 후 입력되는 제2 쿼리인 경우 상호 연관도가 높기 때문이다.

<86> 연관도 점수를 산정하는 다른 실시예에 있어서, 상기 광고 검수 시스템은 웹 상에 존재하는 뉴스, 게시물 등과 같은 문서 집합을 통하여 결정될 수 있다.

<87> 상기 광고 검수 시스템은 문서 집합을 기반으로 키워드 간의 연관도를 측정하는 방법을 이용하여, 문서 집합이 포함하는 단어, 문서, 상기 단어에 대한 단어분류 또는 상기 문서에 대한 문서분류를 통해 단어 통계 정보를 획득하고, 상기 단어 통계 정보를 정형화하고, 상기 정형화된 단어 통계 정보에 기초하여 상기 키워드 간의 연관도 점수를 결정할 수 있다. 상기 광고 검수 시스템은 상기 단어마다 상기 단어가 등장한 횟수인 발생빈도 및 상기 단어가 다른 단어와 같이 등장한 문서의 개수인 교차빈도를 상기 단어 통계 정보로서 획득하여 상기 키워드 간의 연관도 점수를 결정할 수 있다.

<88> 연관도 점수를 산정하는 또다른 실시예에 있어서, 상기 광고 검수 시스템은 인터넷 포탈 사이트에서 제공하는

연관 검색어 데이터베이스로부터 추출된 연관 검색어 셋으로부터 연관도 점수를 결정할 수 있다. 상기 연관 검색어 셋에 존재하는 연관 검색어 집합의 경우 이미 검색 포탈 사이트에서 연관도를 측정하여 계산된 신뢰할 수 있는 정보일 수 있기 때문이다.

<89> 상기와 같은 연관도 점수 결정 방법은 연관도 점수를 결정하기 위한 일실시예에 불과하여, 본 발명을 통한 이슈 키워드에 대한 대상 키워드의 연관도 점수 결정을 위해서 위에 언급한 연관도 점수 결정 방법 이외에도 다양한 방법이 사용될 수 있다. 나아가, 상기 복수의 연관도 점수 결정 방법 중 선택된 두 개 이상의 연관도 점수 결정 방법을 동시에 사용하여 상기 연관도 점수를 결정할 수 있다.

<90> 다만 상기 연관도 점수 산정에 있어서, 단계(S530)에서 상기 광고 검수 시스템은 앞서 살펴본 단계(S330)와 달리, 복수의 이슈 키워드 각각에 대한 1:1 비교를 통하여 결정된 연관도 점수를 의미할 수 있다. 예를 들어, 복수의 이슈 키워드 중 하나가 "이효리"라면, 상기 "이효리"에 대하여 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하는 것이다. 즉 상기 복수의 이슈 키워드와 상기 복수의 대상 키워드는 n:n 매칭됨으로써, 상기 연관도 점수를 상기 n:n 매칭으로 가능한 모든 경우에 대하여 결정할 수 있다.

<91> 단계(S540)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 추출된 대상 키워드 및 이슈 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 사회적 이슈가 되고 있어 주의가 필요한 주의 검수 광고정보를 상기 복수의 광고정보로부터 결정하기 위해서, 상기 계산된 연관도 점수에 따라 주의 검수 키워드를 결정할 수 있다.

<92> 좀 더 구체적으로, 상기 광고 검수 시스템은 상기 대상 키워드 각각의 연관도 점수를 비교하여 상기 연관도 점수가 가장 높은 수치를 가지는 대상 키워드를 주의 검수 키워드로 결정할 수 있으며, 상기 연관도 점수가 일정 수치 이하(예를 들면 50이하)의 경우에 주의 검수 키워드로 결정할 수 있다. 상기 주의 검수 키워드는 항상 상기 추출된 이슈 키워드의 개수만큼 추출되는 것은 아니며, 상기 이슈 키워드와 연관도가 있는, 즉 연관도 점수가 일정수치 이상일 경우에만, 주의 검수 키워드로 결정될 수 있다.

<93> 단계(S550)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 광고 검수 시스템은 상기 추출된 대상 키워드 및 이슈 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 사회적 이슈가 되고 있어 주의가 필요한 주의 검수 광고정보를 상기 복수의 광고정보로부터 결정하기 위해서, 상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정할 수 있다.

<94> 상기 복수의 광고정보 각각으로부터 추출할 수 있는 대상키워드는 하나 이상일 수 있으며, 주의 검수 키워드를 추출할 수 있는 광고정보도 하나 이상일 수 있다. 다시 말하면, 주의 검수 키워드가 하나일 경우에도 상기 주의 검수 광고정보는 하나 이상일 수 있으며, 주의 검수 키워드가 하나 이상인 경우에도 상기 주의 검수 광고정보는 하나일 수 있다.

<95> 상기 광고 검수 시스템은 주의 검수 광고정보로 결정된 광고정보를 무조건 배제하는 것이 아니라, 검수자에게 상기 주의 검수 광고정보를 노출하여 상기 검수자로 하여금 정확하고 효율적인 판단을 하도록 상기 주의 검수 광고정보를 제공하는 것이기 때문에, 상기와 같은 주의 검수 키워드에 의한 주의 검수 광고정보 결정 방법은 큰 효과를 볼 수 있다.

<96> 단계(S560)에서 상기 광고 검수 시스템은 상기 결정된 주의 검수 광고정보를 노출할 수 있으며, 상기 주의 검수 키워드 및 상기 주의 검수 키워드와 연관된 이슈 키워드를 매칭하여 노출할 수 있다.

<97> 상기 검수자에게 상기 결정된 주의 검수 광고정보만을 노출하기 보다는 상기 주의 검수 키워드 및 상기 주의 검수 키워드와 연관된 이슈 키워드를 매칭하여 노출함으로써, 상기 광고 검수 시스템에 의하여 결정된 주의 검수 광고정보 만을 획일적으로 노출 하는 것보다 유동적인 검수 작업이 가능하게 할 수 있다.

<98> 도 6은 본 발명의 일실시예에 있어서, 주의 검수 광고정보의 노출 화면을 예시한 도면이다.

<99> 도시된 바와 같이, 상기 광고 검수 시스템은 상기 제1 실시예에 의한 광고 검수 방법에 의하여, URL 키워드와의 키워드 비교를 통하여 주의 검수 광고정보를 결정하고 상기 검수자에게 상기 결정된 주의 검수 광고정보 및 상기 주의 검수 광고정보의 검수지수(601)를 노출할 수 있다.

<100> 도시된 바와 같이, 상기 광고 검수 시스템은 상기 일실시예에 의한 광고 검수 방법에 의하여, 이슈 키워드와의 키워드 비교를 통하여 주의 검수 광고정보를 결정하고 상기 검수자에게 상기 결정된 주의 검수 광고정보 및 상기 주의 검수 광고정보와 연관된 이슈 키워드(602)를 노출할 수 있다.

<101> 도 7은 본 발명의 제1 실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템을 도시한 블록도이다. 도시된

바와 같이 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템(700)은 URL 키워드 추출부(701), 대상 키워드 추출부(702), 결정부(703) 및 노출부(704)를 포함할 수 있다.

<102> URL 키워드 추출부(701)는 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출할 수 있다. 대상 키워드 추출부(702)는 상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하는 대상 키워드 추출할 수 있다. 결정부(703)는 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정할 수 있다. 노출부(704)는 상기 결정된 주의 검수 광고정보를 노출할 수 있다.

<103> URL 키워드 추출부(701)는 상기 URL을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 웹 페이지를 수집하는 크롤링부 및 상기 수집된 웹 페이지의 내용으로부터 상기 URL 키워드를 추출하는 추출부를 포함할 수 있다. 상기 크롤링부는 상기 URL에 의해 직접 연결된 대표 웹 페이지를 수집하는 대표 수집부 및 상기 대표 웹 페이지에 링크 연결된 웹 페이지를 더 수집하는 링크 수집부를 포함할 수 있다. 상기 광고정보는 상기 광고주로부터 등록 받은 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 포함하는 것을 특징으로 할 수 있다.

<104> 본 발명의 일실시예에 있어서, 결정부(703)는 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 검수지수 결정부 및 상기 검수지수를 비교하여 주의 검수 광고정보를 결정하는 주의 검수 결정부를 포함할 수 있다.

<105> 상기 검수지수 결정부는 상기 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하는 연관도 점수 결정부 및 상기 결정된 대상 키워드의 연관도 점수를 이용하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수를 결정하는 지수 결정부를 포함할 수 있다. 상기 지수 결정부는 상기 복수의 광고정보와 상기 광고정보 각각으로부터 추출된 적어도 하나의 대상 키워드의 연관도 점수를 매칭하는 매칭부 및 상기 복수의 광고정보 각각에 매칭된 연관도 점수를 평균하여 상기 복수의 광고정보 각각의 검수지수로 결정하는 평균부를 포함할 수 있다.

<106> 본 발명의 일실시예에 있어서, 결정부(703)는 상기 추출된 URL 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 결정하는 연관도 점수 결정부, 상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 비교하여 주의 검수 키워드를 결정하는 비교 결정부 및 상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정하는 주의 검수 결정부를 포함할 수 있다.

<107> 상기 광고 검수 시스템은 상기 대상 키워드를 상기 연관도 점수에 따라 리스팅하여 노출하는 대상 키워드 노출부, 상기 결정된 주의 검수 키워드를 노출하는 검수 키워드 노출부 및 상기 복수의 광고정보를 상기 검수지수에 따라 리스팅하여 노출하는 광고정보 노출부를 포함할 수 있다.

<108> 도 8은 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템을 도시한 블록도이다. 도시된 바와 같이 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템(800)은 이슈 키워드 추출부(801), 대상 키워드 추출부(802), 결정부(803) 및 노출부(804)를 포함할 수 있다. 이슈 키워드 추출부(801)는 소정의 웹 페이지 정보로부터 사회적으로 이슈가 되는 이슈 키워드를 추출할 수 있다. 대상 키워드 추출부(802)는 광고주로부터 등록 받은 복수의 광고정보로부터 상기 광고 사이트와 연관된 대상 키워드를 추출할 수 있다. 결정부(803)는 상기 추출된 대상 키워드 및 이슈 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 사회적 이슈가 되고 있어 주의가 필요한 주의 검수 광고정보를 상기 복수의 광고정보로부터 결정할 수 있다. 노출부(804)는 상기 결정된 주의 검수 광고정보를 노출할 수 있다.

<109> 상기 소정의 웹 페이지는 인터넷 뉴스 사이트의 뉴스 페이지 및 검색 포탈 사이트의 실시간 검색어 페이지를 포함할 수 있으며, 상기 복수의 광고정보는 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator), 광고 키워드 및 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description)를 포함할 수 있다.

<110> 결정부(803)는 상기 추출된 이슈 키워드와 연관된 대상 키워드를 찾아 주의 검수 키워드로 결정하는 키워드 결정부 및 상기 주의 검수 키워드가 추출된 광고정보를 주의 검수 광고정보로 결정하는 주의 검수 결정부를 포함할 수 있다.

<111> 상기 키워드 결정부는 상기 이슈 키워드에 대한 상기 대상 키워드의 연관도 점수를 계산하고, 상기 계산된 연관도 점수에 따라 주의 검수 키워드를 결정하는 주의 검수 키워드 결정부를 포함할 수 있다.

<112> 상기 광고 검수 시스템은 상기 주의 검수 키워드 및 상기 주의 검수 키워드와 연관된 이슈 키워드를 매칭하여 노출하는 키워드 노출부를 더 포함할 수 있다.

<113> 본 발명에 따른 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법은 다양한 컴퓨터 수단을 통하여 수행될 수 있는 프로그램

명령 형태로 구현되어 컴퓨터 판독 가능 매체에 기록될 수 있다. 상기 컴퓨터 판독 가능 매체는 프로그램 명령, 데이터 파일, 데이터 구조 등을 단독으로 또는 조합하여 포함할 수 있다. 상기 매체에 기록되는 프로그램 명령은 본 발명을 위하여 특별히 설계되고 구성된 것들이거나 컴퓨터 소프트웨어 당업자에게 공지되어 사용 가능한 것일 수도 있다. 컴퓨터 판독 가능 기록 매체의 예에는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체(magnetic media), CD-ROM, DVD와 같은 광기록 매체(optical media), 플롭티컬 디스크(floptical disk)와 같은 자기-광 매체(magneto-optical media), 및 롬(ROM), 램(RAM), 플래시 메모리 등과 같은 프로그램 명령을 저장하고 수행하도록 특별히 구성된 하드웨어 장치가 포함된다. 프로그램 명령의 예에는 컴파일러에 의해 만들어지는 것과 같은 기계어 코드뿐만 아니라 인터프리터 등을 사용해서 컴퓨터에 의해서 실행될 수 있는 고급 언어 코드를 포함한다. 상기된 하드웨어 장치는 본 발명의 동작을 수행하기 위해 하나 이상의 소프트웨어 모듈로서 작동하도록 구성될 수 있으며, 그 역도 마찬가지이다.

<114> 이상과 같이 본 발명은 비록 한정된 실시예와 도면에 의해 설명되었으나, 본 발명은 상기의 실시예에 한정되는 것은 아니며, 본 발명이 속하는 분야에서 통상의 지식을 가진 자라면 이러한 기재로부터 다양한 수정 및 변형이 가능하다.

<115> 그러므로, 본 발명의 범위는 설명된 실시예에 국한되어 정해져서는 아니되며, 후술하는 특허청구범위뿐 아니라 이 특허청구범위와 균등한 것들에 의해 정해져야 한다.

발명의 효과

<116> 본 발명에 따른 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법에 의하여, 광고주로부터 등록 받은 URL(Uniform Resource Locator)을 크롤링하여 상기 광고 사이트와 연관된 URL 키워드를 추출하고, 상기 URL과 연계하여 등록 받은 복수의 광고정보로부터 대상 키워드를 추출하고, 상기 추출된 URL 키워드 및 대상 키워드에 대한 키워드 비교를 통하여 상기 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 주의 검수 광고정보를 결정함으로써, 상기 광고주의 광고 사이트와 연관성이 떨어지는 광고정보를 배제하고 사회적으로 이슈가 되고 있는 키워드의 검수 통과를 방지하도록, 검수자에게 주의 검수 광고정보를 제공해줄 수 있는 효과를 가져올 수 있다. 또한 본 발명에 따른 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법에 의하여, 검수자가 모든 광고 사이트를 직접 방문하고 검수 작업을 함으로써, 생길 수 있는 비효율성을 줄이는 효과가 있으며, 인터넷 사용자에게 검색한 키워드와 연관된 광고만을 제공함으로써, 광고 효과의 극대화와 상기 사용자에게 정확한 광고 정보만을 제공 할 수 있는 효과를 가져올 수 있다.

도면의 간단한 설명

<1> 도 1은 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법 및 시스템의 개괄적인 모습을 도시한 도면이다.

<2> 도 2는 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법을 도시한 흐름도이다.

<3> 도 3은 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법을 도시한 흐름도이다.

<4> 도 4는 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 통하여 광고정보의 검수지수를 결정하는 방법을 예시한 도면이다.

<5> 도 5는 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 방법을 도시한 흐름도이다.

<6> 도 6은 본 발명의 일실시예에 있어서, 주의 검수 광고정보의 노출 화면을 예시한 도면이다.

<7> 도 7은 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템을 도시한 블록도이다.

<8> 도 8은 본 발명의 일실시예에 있어서, 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템을 도시한 블록도이다.

<9> <도면의 주요 부분에 대한 부호의 설명>

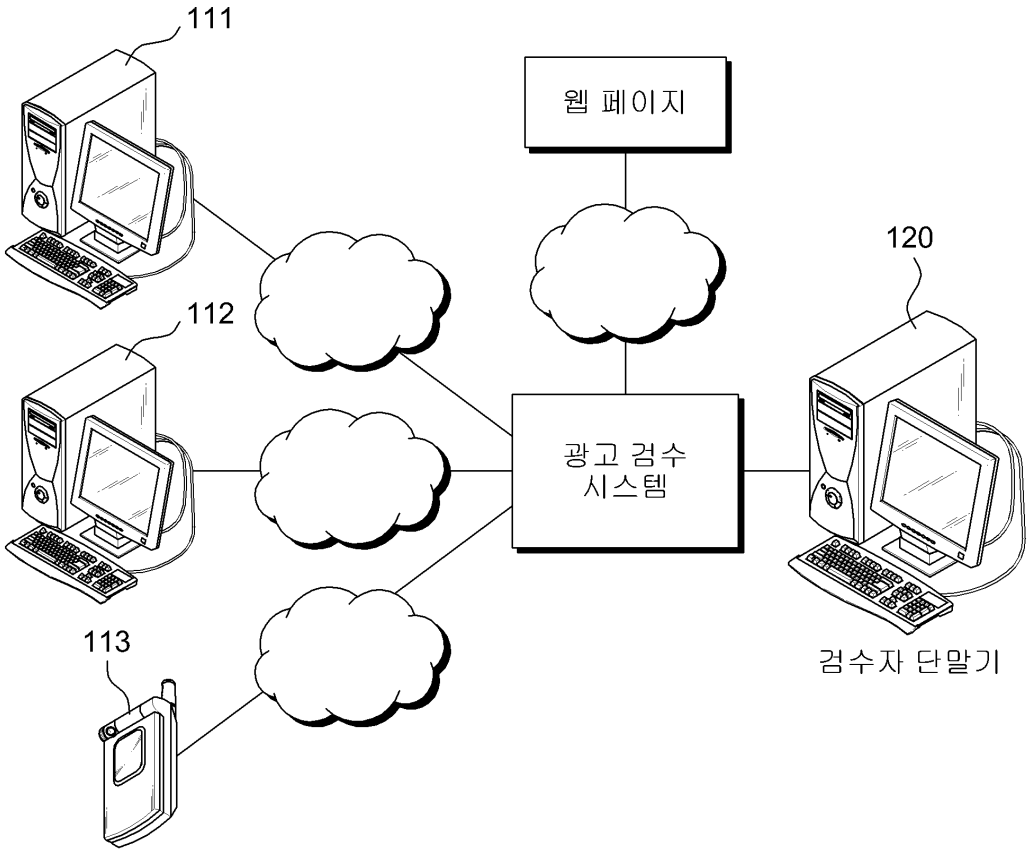
<10> 120: 검수자 단말기

<11> 700: 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템

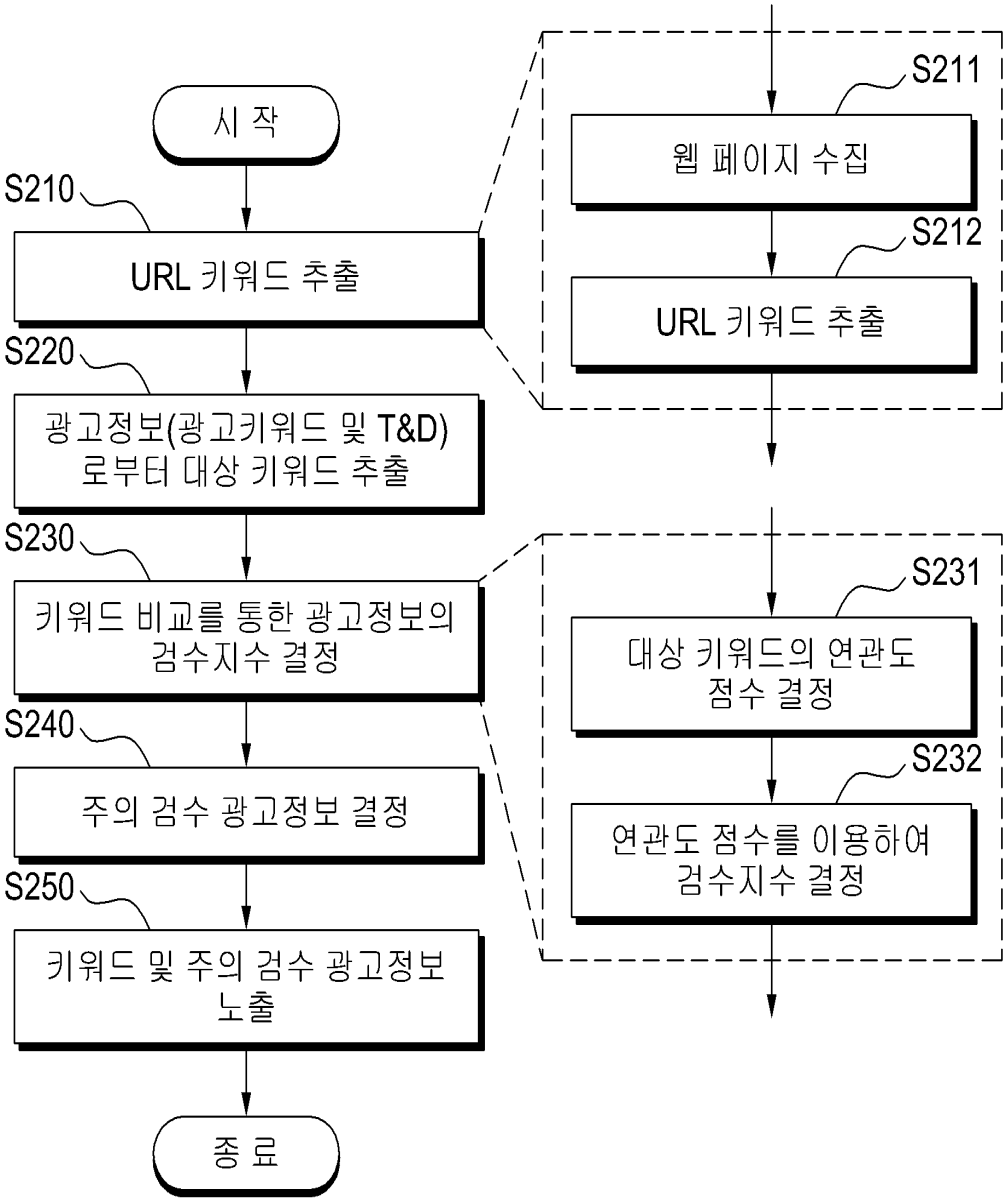
<12> 800: 키워드 비교를 이용한 광고 검수 시스템

도면

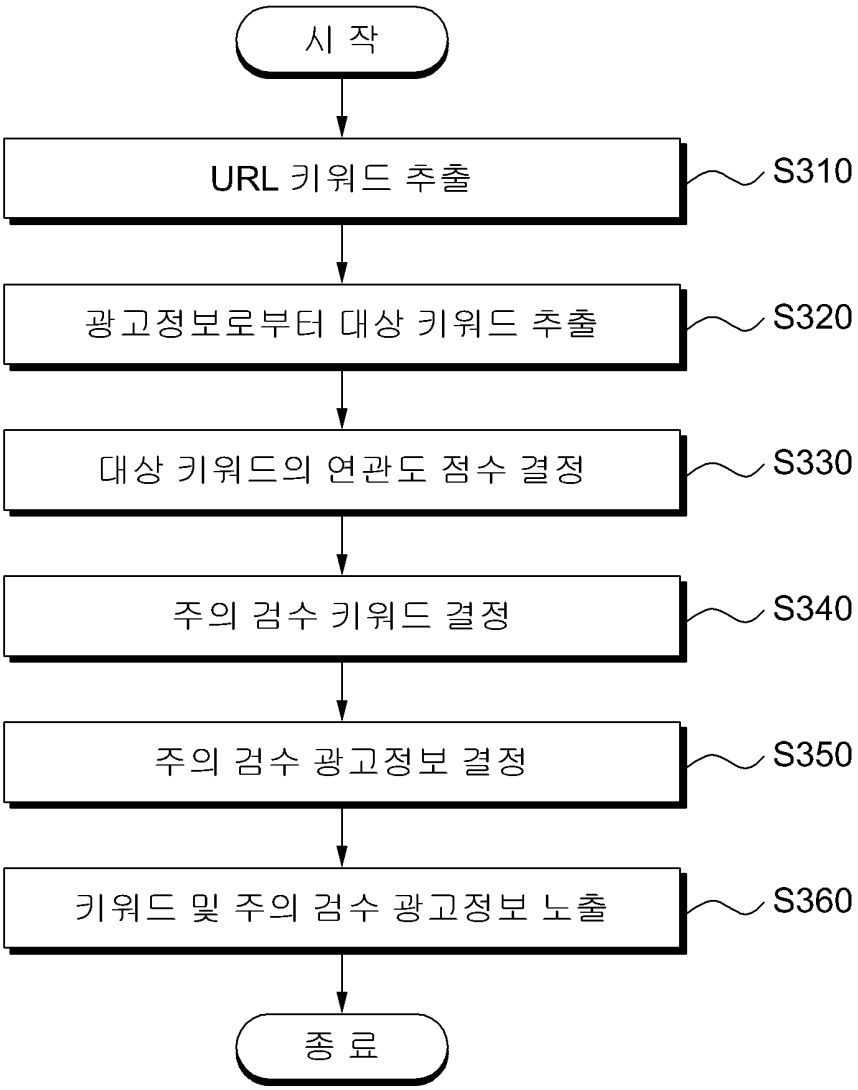
도면1



도면2


시 작
S210
URL 키워드 추출
S220
광고정보(광고키워드 및 T&D)
로부터 대상 키워드 추출
S230
키워드 비교를 통한 광고정보의
검수지수 결정
S240
주의 검수 광고정보 결정
S250
키워드 및 주의 검수 광고정보
노출
종 료
S211
웹 페이지 수집
S212
URL 키워드 추출
S231
대상 키워드의 연관도
점수 결정
S232
연관도 점수를 이용하여
검수지수 결정

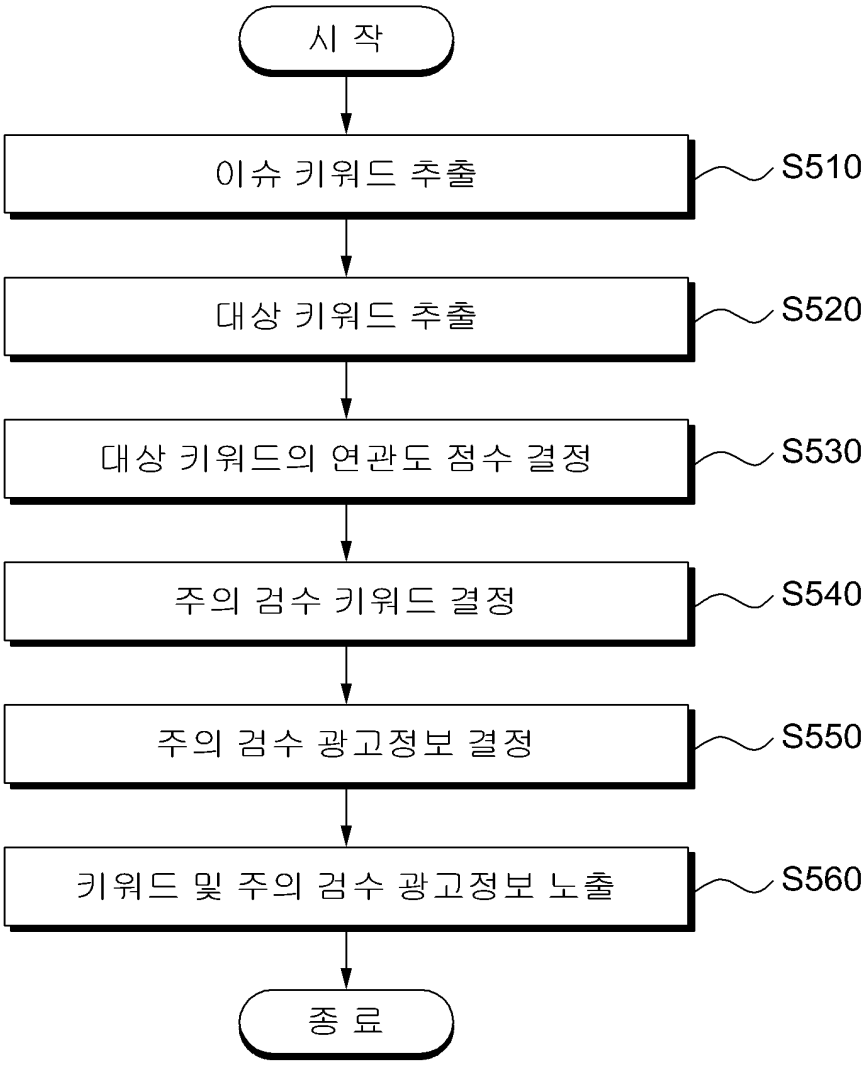
도면3


시 작
URL 키워드 추출
S310
광고정보로부터 대상 키워드 추출
S320
대상 키워드의 연관도 점수 결정
S330
주의 검수 키워드 결정
S340
주의 검수 광고정보 결정
S350
키워드 및 주의 검수 광고정보 노출
S360
종 료

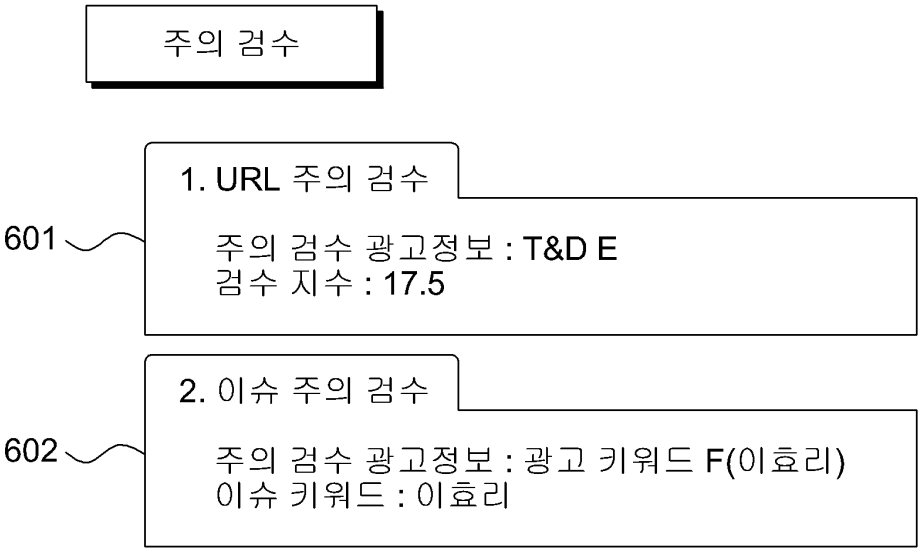
도면4

광고정보	대상 키워드	연관도 점수	검수 지수
광고 키워드 A	대상 키워드 a	80	82.5
	대상 키워드 b	85	
광고 키워드 B	대상 키워드 c	75	75
T&D C	대상 키워드 a	80	85
	대상 키워드 b	85	
	대상 키워드 d	90	
T&D D	대상 키워드 b	85	86.7
	대상 키워드 c	75	
	대상 키워드 e	100	
T&D E	대상 키워드 x	20	17.5
	대상 키워드 y	15	

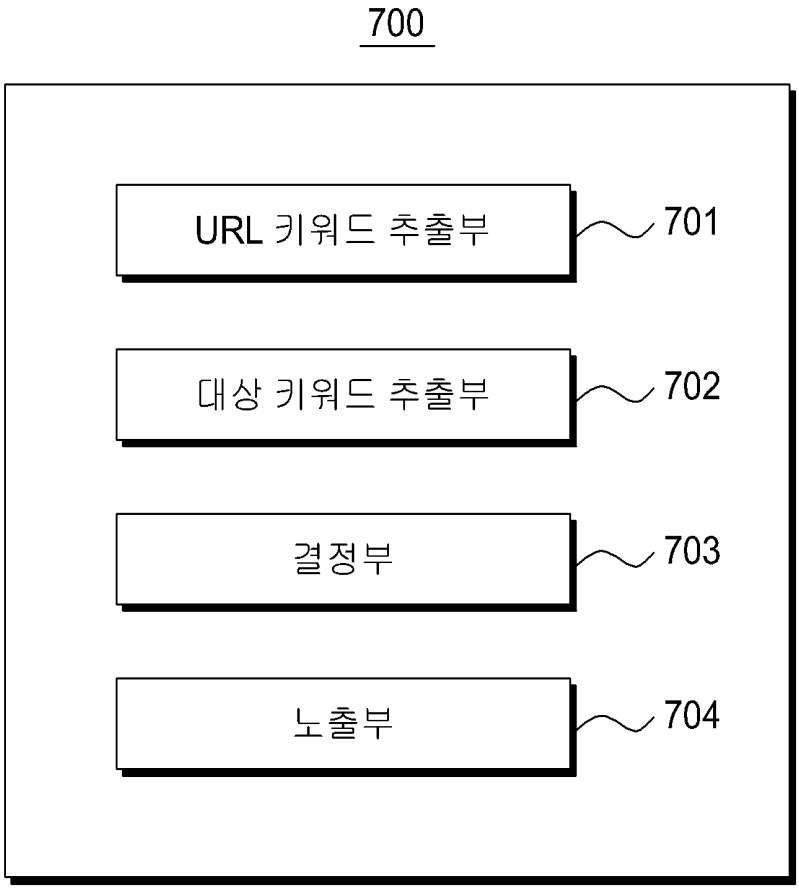
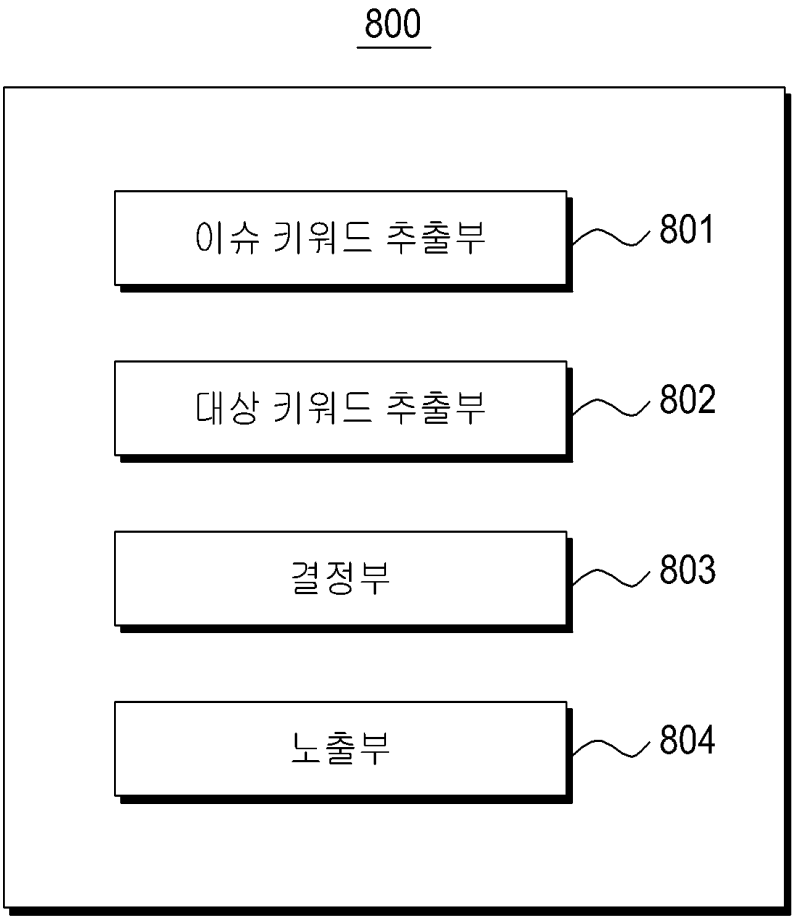
도면5


시 작
이슈 키워드 추출
S510
대상 키워드 추출
S520
대상 키워드의 연관도 점수 결정
S530
주의 검수 키워드 결정
S540
주의 검수 광고정보 결정
S550
키워드 및 주의 검수 광고정보 노출
S560
종 료

도면6


주의 검수
1. URL 주의 검수
601
주의 검수 광고정보 : T&D E
검수 지수 : 17.5
2. 이슈 주의 검수
602
주의 검수 광고정보 : 광고 키워드 F(이효리)
이슈 키워드 : 이효리

도면7



도면8