

[19] 中华人民共和国国家知识产权局

[51] Int. Cl.

H04W 4/12 (2009.01)

H04W 24/00 (2009.01)



[12] 发明专利申请公布说明书

[21] 申请号 200910105258.7

[43] 公开日 2009年11月11日

[11] 公开号 CN 101577871A

[22] 申请日 2009.1.22

[21] 申请号 200910105258.7

[71] 申请人 腾讯科技(深圳)有限公司

地址 518044 广东省深圳市福田区振兴路赛格科技园2栋东403室

[72] 发明人 何竞 杨勇 张桂蜀 吴振宇
邱会发

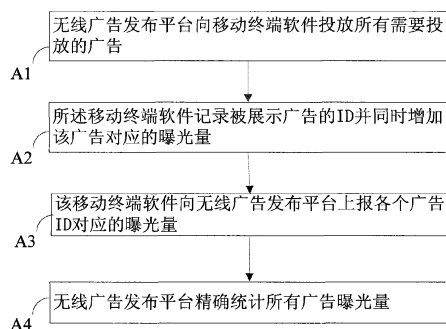
权利要求书2页 说明书7页 附图2页

[54] 发明名称

对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法

[57] 摘要

一种对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其包括步骤：A1. 无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告；A2. 所述移动终端软件记录被展示广告的ID并同时增加该广告对应的曝光量；A3. 该移动终端软件向无线广告发布平台上报各个广告ID对应的曝光量；A4. 无线广告发布平台精确统计所有广告曝光量。本发明还提供了一种对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，可以精确统计广告点击量。本发明的统计方法不仅对广告效果的统计数据精确，而且统计数据更加全面，进而可以统计衡量广告投放领域的关键性指标：PV和UV。



1、一种对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，包括步骤：

A1、无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告；

A2、所述移动终端软件记录被展示广告的 ID 并同时增加该广告对应的曝光量；

A3、该移动终端软件向无线广告发布平台上报各个广告 ID 对应的曝光量；

A4、无线广告发布平台精确统计所有广告曝光量。

2、如权利要求1所述的对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，步骤 A1中，无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告后，还同时统计广告投放量。

3、如权利要求1所述的对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，步骤 A1中，无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告时，同时还知会移动终端软件各广告在移动终端软件的展示位置。

4、如权利要求1所述的对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，步骤 A1后还包括步骤：所述移动终端软件向无线广告发布平台上报以确认其所收到的广告，无线广告发布平台根据确认精确统计广告到达量。

5、一种对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，包括步骤：

B1、无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告；

B2、所述移动终端软件记录被点击广告的 ID 并同时增加该广告对应的点击量；

B3、该移动终端软件向无线广告发布平台上报各个广告 ID 对应的点击量；

B4、无线广告发布平台精确统计所有广告点击量。

6、如权利要求5所述的对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，步骤 B3中，对应于被点击广告 ID，所述移动终端软件还向无线广告发布平台上报该广告被点击的时间和发起点击该广告的移动终端的 ID。

7、如权利要求6所述的对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，所述移动终端的 ID 为移动终端的 IP 地址或硬件地址。

8、如权利要求5所述的对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，步骤 B3中，对应于被点击广告 ID，所述移动终端软件还向无线广告发布平台上报该广告被点击的时间和发起点击该广告的移动终端软件的 ID。

9、如权利要求6—8任一所述的对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，还包括步骤：无线广告发布平台精确定统计 PV。

10、如权利要求6—8任一所述的对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其特征在于，还包括步骤：无线广告发布平台精确定统计 UV。

对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法

技术领域

本发明涉及广告统计方法，特别涉及一种对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法。

背景技术

随着手机等移动终端的软硬件平台的发展，移动终端作为第五媒体，已经成为业界人士瞩目的热点，各类无线互联网服务应用纷纷涌现。主要有开发周期短、运营便利、支持范围广泛，适用于纯资讯类业务的手机 WAP（无线应用协议）服务，例如新闻浏览；和开发成本高、表现丰富、功能强大、能最大程度的挖掘手机潜能，适用于表现操作较复杂的高端应用业务的手机软件服务，比如 IM（即时通讯）、视频、音乐等。

不管哪种无线互联网服务，在国内市场环境下，收费运营模式都不受到用户欢迎，而免费服务加广告运营就成了它们选择的主要商业运营模式。因此，在这种背景下，广告的投放效果就必然成为各服务商必须了解的信息。

目前，用于统计广告投放效果的指标主要包括广告投放量、广告到达量、广告曝光量、广告点击量、PV 和 PU 等，其中：广告投放量为无线广告发布平台向其手机终端软件投放的广告文件的总量；广告到达量为所有手机终端软件实际收到的无线广告发布平台向其投放的广告文件数量的总和；广告曝光量为某个广告在所有用户使用手机终端软件过程中，手机终端软件向用户展示该广告次数的总和；广告点击量为某个广告在所有用户使用手机终端软件过程中，被用户点击该广告次数的总和；PV(page view)即为页面浏览量，或点击量，通常是衡量一个网络新闻频道或网站甚至一条网络新闻的主要指标，是指一个访问者在 24 小时(0 点到 24 点)内到底打开了网站的几个页面，同一个人浏览网站的同一个页面不重复计算 PV 量，PV 之于网站，就像收视率之于电视，从某种程度上已成为投资者衡量商业网站表现的最重要尺

度，在衡量广告效果时 PV 通常是指一个访问者在 24 小时(0 点到 24 点)内到底点击了几个广告；UV(unique visitor)即为独立(IP)访客，指在 24 小时(0 点到 24 点)内访问某个站点或点击某条新闻的不同 IP 地址的人数，在同一天内，UV 只记录第一次进入网站的具有独立 IP 的访问者，在同一天内再次访问该网站则不计数，独立 IP 访问者提供了一定时间内不同观众数量的统计指标，在衡量广告效果时 UV 是指在 24 小时(0 点到 24 点)内浏览某个广告的不同访问者的数量，在同一天内再次浏览则不计数。

关于以上指标，越准确、越详细的资料对衡量广告效果越具有说服力，不仅仅是广告投放量，广告到达量、广告的曝光量和广告点击量等的精确统计都是目前各无线服务提供商最希望解决的问题。

现有技术中统计广告效果的方案主要包括：

1.以软件发行量为依据的统计方案

在某些内嵌固定广告的软件当中，不单独统计广告的投放量，而以软件的发行量为基准，乘以单位软件的固定广告数量作为广告投放量和广告达到量。该方案虽然能近似统计广告投放量、到达量，但仅限于软件内的固定广告。因为其是用软件发行量作为基准的，而且，也不存在针对已发布软件的广告投放平台，因此其无法用于软件发布后投放的实时广告。由于其发布后客户端并不会再和平台沟通广告情况，所以也无法统计广告的真实曝光量和广告点击量。

2.以广告投放平台为依据的统计方案

在某些在线无线客户端软件当中，会有专门的广告投放平台，对已发布出去的软件进行广告投放，平台在广告投放过程中，对投放量进行统计。虽然有针对已发布软件的广告投放平台，该方案能精确统计到广告投放量，但是由于其所有统计均以平台数据为基础，没有考虑传输过程中的数据丢失，对广告到达量只能近似统计，考虑到无线网络的特殊性，这种近似在网络条件不好的情况下，误差会非常大。同样，这种方案只存在广告发布平台对客户端软件的单向交互，因此其对广告的曝光量和点击量的统计也同样无能为力。

发明内容

因此，本发明的主要目的在于提供一种对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，以解决由于移动终端软件能力有限和移动终端并不会持续连接移动网络等特点所造成的移动终端广告的曝光量和点击量无法精确统计的问题；本发明的另一目的在于提供一种对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，可以统计衡量广告投放领域的关键性指标：PV 和 UV。

为实现上述目的，本发明提供一种对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其包括步骤：A1、无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告；A2、所述移动终端软件记录被展示广告的 ID 并同时增加该广告对应的曝光量；A3、该移动终端软件向无线广告发布平台上报各个广告 ID 对应的曝光量；A4、无线广告发布平台精确统计所有广告曝光量。

其中，步骤 A1 中，无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告后，还同时统计广告投放量。

其中，步骤 A1 中，无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告时，同时还知会移动终端软件各广告在移动终端软件的展示位置。

其中，步骤 A1 后还包括步骤：所述移动终端软件向无线广告发布平台上报以确认其所收到的广告，无线广告发布平台根据确认精确统计广告到达量。

本发明还提供一种对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法，其包括步骤：B1、无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告；B2、所述移动终端软件记录被点击广告的 ID 并同时增加该广告对应的点击量；B3、该移动终端软件向无线广告发布平台上报各个广告 ID 对应的点击量；B4、无线广告发布平台精确统计所有广告点击量。

其中，步骤 B1 中，无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告后，还同时统计广告投放量。

其中，步骤 B1 中，无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告时，同时还知会移动终端软件各广告在移动终端软件的展示位置。

其中，步骤 B1 后还包括步骤：所述移动终端软件向无线广告发布平台上报以确认其所收到的广告，无线广告发布平台根据确认精确统计广告到达量。

其中，步骤 B3 中，对应于被点击广告 ID，所述移动终端软件向无线广告发布平台上报该广告被点击的时间和发起点击该广告的移动终端的 ID。

其中，所述移动终端的 ID 为移动终端的 IP 地址或硬件地址。

其中，步骤 B3 中，对应于被点击广告 ID，所述移动终端软件向无线广告发布平台上报该广告被点击的时间和发起点击该广告的移动终端软件的 ID。

其中，还包括步骤：无线广告发布平台精确统计 PV。

其中，还包括步骤：无线广告发布平台精确统计 UV。

本发明所提供的对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法不仅对广告效果的统计数据精确，而且统计数据更加全面；其统计数据包括了广告投放量、广告到达量、广告曝光量和广告点击量的精确数量，并且基于这些精确数据，进而可以统计衡量广告投放领域的关键性指标：PV 和 UV。

附图说明

下面结合附图，通过对本发明的具体实施方式详细描述，将使本发明的技术方案及其有益效果显而易见。

附图中，

图1为应用本发明对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法统计广告曝光量的流程图；

图2为应用本发明对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法统计广告点击量的流程图；

图3为本发明对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法一较佳实施例的流程图。

具体实施方式

为了使本发明所要解决的技术问题、技术方案及有益效果更加清楚明白，以下结合附图及实施例，对本发明进行进一步详细说明。应当理解，此处所描述的具体实施例仅仅用以解释本发明，并不用于限定本发明。

参见图1，其为应用本发明对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法统计广告曝光量的流程图。本发明中，移动终端可具体为手机或其它类似的

具有无线通讯功能的装置，移动终端软件可为手机客户端软件，无线广告发布平台可由若干台服务器组成，其与移动终端之间可进行无线通讯，如图1所示，应用本发明统计广告曝光量的过程包括步骤：

A1、无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告；当移动终端连接无线网络后，无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告，同时，还可知会手机客户端软件各广告在客户端软件的展示位置；无线广告发布平台发布广告之后，其即可以根据自身计数精确统计广告投放量。

此外，移动终端软件收到无线广告平台下发的广告后，可向无线广告发布平台上报以确认其收到广告，当无线广告平台接到移动终端软件发来的收到广告的确认后，即可据此精确统计广告到达量，从而可排除无线网络传输过程中的数据丢失而造成的统计误差。

A2、所述移动终端软件记录被展示广告 ID（身份标识）并同时增加该广告对应的曝光量；由于无线广告发布平台发布广告的数量不固定，可能是单一的，也可能是复数的，因此赋予各广告不同的 ID 来区分；在用户使用移动终端软件的过程中，进入有广告展示的界面时，移动终端软件精确记录下被展示广告 ID，同时增加该广告 ID 对应的曝光数量；

A3、该移动终端软件向无线广告发布平台上报各个广告 ID 对应的曝光量；在用户结束移动终端软件使用的时候，或者其他恰当时刻，移动终端软件将其记录下来的被展示广告 ID 以及被展示广告 ID 对应的曝光数量向无线广告发布平台上报；

A4、无线广告发布平台精确统计所有广告曝光量；利用步骤 A3 中上报至无线广告发布平台的数据，对于某一移动终端软件，无线广告发布平台可列出经由该移动终端软件所曝光的各广告 ID 和各广告 ID 名下的曝光量；对于多个（种）移动终端软件，可以按广告 ID 进行汇总，从而可精确统计所有广告曝光量。

参见图2，其为应用本发明对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法统计广告点击量的流程图，包括步骤：

B1、无线广告发布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告；具体操作可如上述步骤 A1，在此不再赘述；

B2、所述移动终端软件记录被点击广告的 ID 并同时增加该广告对应的点击量；在用户使用移动终端软件的过程中，当用户点击客户端广告以察看详情或者进行订购等与广告相关的操作时，移动终端软件精确记录下被点击的广告 ID，并同时增加该广告对应的点击数量；

B3、该移动终端软件向无线广告发布平台上报各个广告 ID 对应的点击量；在用户结束手机客户端软件的使用时候，或者其他恰当时刻，移动终端软件将其记录下来的被点击广告的 ID 和被点击广告 ID 对应的点击量向无线广告发布平台上报；

B4、无线广告发布平台精确统计所有广告点击量；利用步骤 B3中上报至无线广告发布平台的数据，对于某一移动终端软件，无线广告发布平台可列出经由该移动终端软件所点击的各广告 ID 和各广告 ID 名下的点击量；对于多个（种）移动终端软件，可以按广告 ID 进行汇总，从而可精确统计所有广告点击量。

为统计网络商业广告中极度重要的两个数据 PV 和 UV，步骤 B3中，对应于被点击广告的 ID，所述移动终端软件还向无线广告发布平台上报该广告被点击的时间和发起点击该广告的移动终端的 ID；或者在步骤 B3中，对应于被点击广告的 ID，所述移动终端软件还向无线广告发布平台上报该广告被点击的时间和发起点击该广告的移动终端软件的 ID。其中，移动终端的 ID 或移动终端软件的 ID 都是用于区分广告访问者的身份，可便于 PV 和 UV 统计中排除对相同访问者的重复计数，得到精确的统计；通过获取广告点击的时间，可以在进行 PV 和 UV 统计时划分统计的时间段（如0—24点内的24小时）；关于移动终端的 ID，可以采用其连接无线网络后的 IP 地址或自身硬件地址（如网卡 MAC 地址、SIM 卡编码）等来识别，而移动终端软件的 ID 可以为移动终端软件特有的身份识别符号，例如即时通讯软件的即时通讯号等。因此，通过自移动终端软件向无线广告发布平台上报上述数据，根据衡量广告效果的 PV 和 UV 的定义，无线广告发布平台可分别统计得出 PV 和 UV。

如图3所示，其为本发明对投放于移动终端软件的广告的精确定统计方法一较佳实施例的流程图，该较佳实施例应用本发明精确统计广告曝光量和广告点击量，首先执行步骤 A1—A4，对广告曝光量进行统计：A1、无线广告发

布平台向移动终端软件投放所有需要投放的广告；A2、所述移动终端软件记录被展示广告 ID 并同时增加该广告对应的曝光量；A3、该移动终端软件向无线广告发布平台上报各个广告 ID 对应的曝光量；A4、无线广告发布平台精确统计所有广告曝光量；随后执行步骤 B2—B4，对广告点击量进行统计：B2、所述移动终端软件记录被点击广告 ID 并同时增加该广告对应的点击量；B3、该移动终端软件向无线广告发布平台上报各个广告 ID 对应的点击量；B4、无线广告发布平台精确统计所有广告点击量。此外，应当理解，在该较佳实施例中同样可精确统计广告投放量、广告到达量，以及进一步统计 PV 和 UV，在此不再赘述。

综上，本发明可以实现对移动终端软件广告投放的精确统计，不仅对广告效果的统计数据精确，而且统计数据更加全面；其统计数据包括了广告投放量、广告到达量、广告曝光量和广告点击量的精确数量，并且基于这些精确数据，进而可以统计衡量广告投放领域的关键性指标：PV 和 UV。而且，基于本发明的详细统计数据，移动终端软件就可以解决广告投放商最关心的广告效果问题，从而奠定了整个免费移动终端软件加广告的收费运营模式的基础。

以上所述，对于本领域的普通技术人员来说，可以根据本发明的技术方案和技术构思作出其他各种相应的改变和变形，而所有这些改变和变形都应属于本发明所附的权利要求的保护范围。

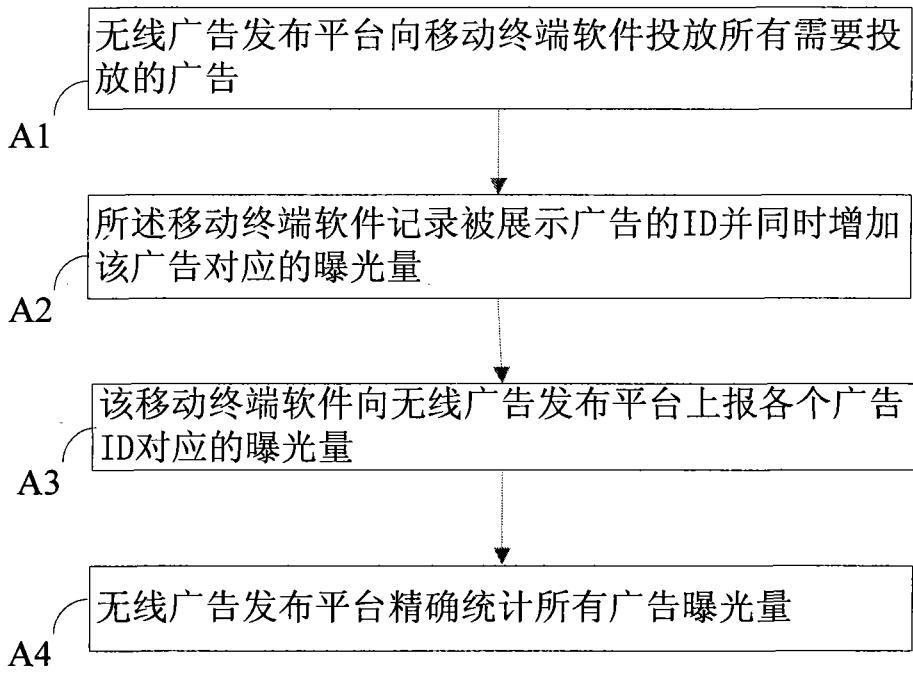


图 1

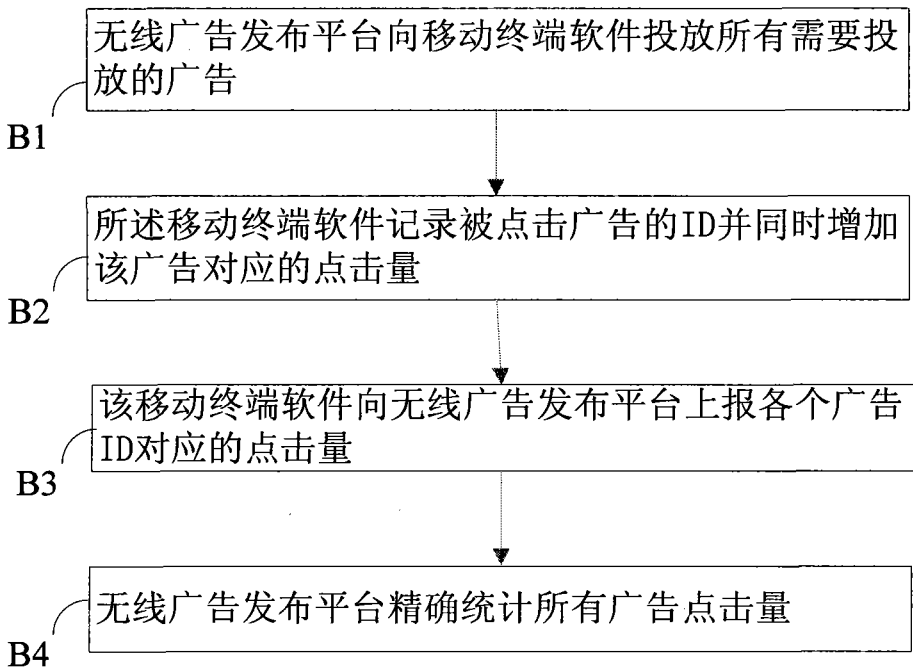


图 2

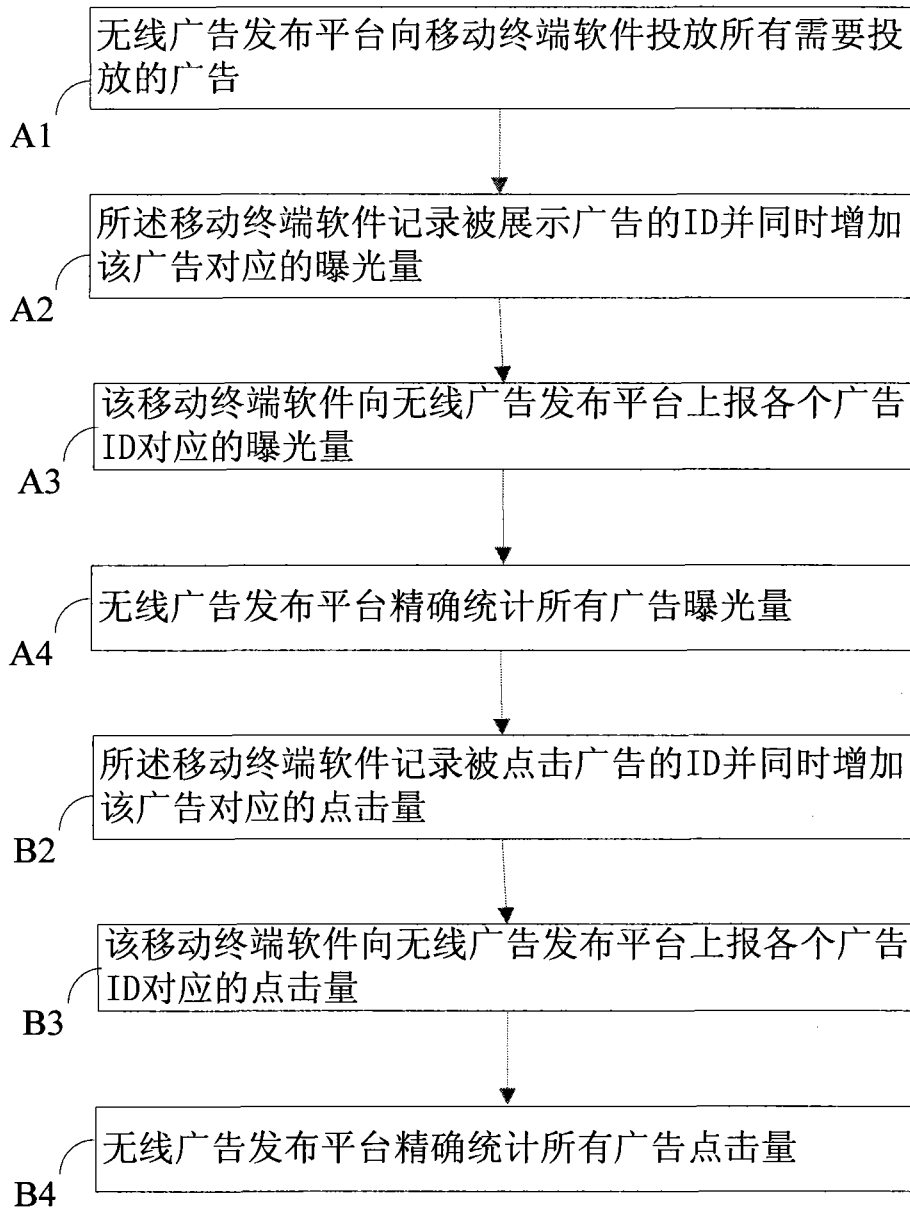


图3