(12) 특허협력조약에 의하여 공개된 국제출원

(19) 세계지식재산권기구
국제사무국

(43) 국제공개일
2015 년 11 월 19 일 (19.11.2015)

WIPO | PCT

(10) 국제공개번호
WO 2015/174596 A1

(51) 국제특허분류:
G06Q 30/02 (2012.01)

(21) 국제출원번호: PCT/KR2014/011189

(22) 국제출원일: 2014 년 11 월 20 일 (20.11.2014)

(25) 출원언어: 한국어

(26) 공개언어: 한국어

(30) 우선권정보:
10-2014-0056693 2014 년 5 월 12 일 (12.05.2014) KR
10-2014-0059001 2014 년 5 월 16 일 (16.05.2014) KR

(71) 출원인: **에스케이플래닛 주식회사 (SK PLANET CO., LTD.)** [KR/KR]; 463-400 경기도 성남시 분당구 판교로 264 (삼평동), Gyeonggi-do (KR).

(72) 발명자: **한민호 (HAN, Min-Ho)**; 139-200 서울특별시 노원구 노원로 532, 상계주공 9 단지아파트 907 동 201 호, Seoul (KR).

(74) 대리인: **한양특허법인 (HANYANG PATENT FIRM)**; 135-854 서울시 강남구 논현로 38 길 12 (한양빌딩), Seoul (KR).

(81) 지정국 (별도의 표시가 없는 한, 가능한 모든 종류의 국내 권리의 보호를 위하여): AE, AG, AL, AM, AO, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BH, BN, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CL, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DO, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, GT, HN, HR, HU, ID, IL, IN, IR, IS, JP, KE, KG, KN, KP, KZ, LA, LC, LK, LR, LS, LU, LY, MA, MD, ME, MG, MK, MN, MW, MX, MY, MZ, NA, NG, NI, NO, NZ, OM, PA, PE, PG, PH, PL, PT, QA, RO, RS, RU, RW, SA, SC, SD, SE, SG, SK, SL, SM, ST, SV, SY, TH, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, ZA, ZM, ZW.

(84) 지정국 (별도의 표시가 없는 한, 가능한 모든 종류의 역내 권리의 보호를 위하여): ARIPO (BW, GH, GM, KE, LR, LS, MW, MZ, NA, RW, SD, SL, ST, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), 유라시아 (AM, AZ, BY, KG, KZ, RU, TJ, TM), 유럽 (AL, AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IE, IS, IT, LT, LU, LV, MC, MK, MT, NL, NO, PL, PT, RO, RS, SE, SI, SK, SM, TR), OAPI (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, KM, ML, MR, NE, SN, TD, TG).

[다음 쪽 계속]

(54) **Title**: ADVERTISEMENT PROVIDING SYSTEM, AND APPARATUS AND METHOD FOR PROVIDING ADVERTISEMENT IN SAME SYSTEM

(54) **발명의 명칭** : 광고 제공 시스템, 그 시스템에서의 광고 제공을 위한 장치 및 방법

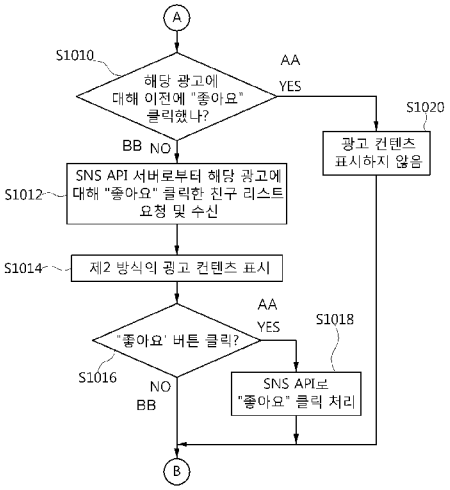


FIG. 10B

S1010 ... Has "like it" for corresponding advertisement been clicked before?
S1012 ... Request and receive, from SNS API server, list of friend who has clicked "like it" for corresponding advertisement
S1014 ... Display advertisement contents of second type
S1016 ... Has "like it" button been clicked?
S1018 ... Process "like it" click by SNS API
S1020 ... Display no advertisement contents
AA ... YES
BB ... NO

(57) **Abstract**: The present invention relates to an advertisement providing system, and an apparatus and a method for providing an advertisement in the system. Particularly, in the present invention, when a number of people having a personal connection such as a friend, a family, and an acquaintance express likabilities for an advertisement, users associated with the personal connection receive a corresponding likability level. Accordingly, the present invention can provide an advertisement so as to improve the reliability of the advertisement and increase a click-through rate, and can improve the effect of the advertisement by displaying, together with the advertisement, information of an acquaintance who purchases or desires to purchase an advertised product. In addition, the present invention can collect details of purchases, shopping carts, and wish lists of acquaintances by interworking with an open-market platform.

(57) **요약서**: 본 발명은 광고 제공 시스템, 그 시스템에서의 광고 제공을 위한 장치 및 방법에 관한 것으로, 특히, 친구나 가족, 지인과 같은 인맥을 이용하여 여러 사람들이 광고에 대한 호감들을 표현했을 때 해당 호감도를 인맥과 관련된 사용자들이 수신함으로서 광고에 대한 신뢰도를 높이고 클릭률을 높일 수 있도록 광고를 제공하고, 광고의 대상이 되는 상품을 구매하거나 구매를 원하는 지인의 정보를 함께 표시하여 광고 효과를 증가시킬 수 있다. 또한, 지인들의 구매, 장바구니 및 위시리스트 내역을 오픈 마켓 플랫폼과 연동하여 수집할 수 있다.

WO 2015/174596 A1

규칙 4.17 에 의한 선언서:

— 특허출원 및 특허를 받을 수 있는 출원인의 자격에 관한 선언 (규칙 4.17(ii))

공개:

— 국제조사보고서와 함께 (조약 제 21 조(3))

명세서

발명의 명칭: 광고 제공 시스템, 그 시스템에서의 광고 제공을 위한 장치 및 방법

기술분야

[1] 본 발명은 광고 제공 시스템, 그 시스템에서의 광고 제공을 위한 장치 및 방법{SYSTEM FOR PROVIDING ADVERTISEMENT, APPARATUS AND METHOD FOR PROVIDING ADVERTISMENT IN THE SYSTEM}에 관한 것으로, 더욱 상세하게는 친구나 가족, 지인과 같은 인맥을 이용하여 여러 사람들이 광고에 대한 호감들을 표현했을 때 해당 호감도를 인맥과 관련된 사용자들이 수신함으로서 광고에 대한 신뢰도를 높이고 클릭률을 높일 수 있도록 광고를 제공하고, 광고의 대상이 되는 상품을 구매하거나 구매를 원하는 지인의 정보를 함께 표시하여 광고 효과를 증가시킬 수 있는 광고 제공을 위한 장치 및 방법에 관한 것이다.

[2] 본 발명은 2014년 5월 16일 출원된 한국특허출원 제10-2014-0059001호 및 2014년 5월 12일 출원된 한국특허출원 제10-2014-0056693호의 출원일의 이익을 주장하며, 그 내용 전부는 본 명세서에 포함된다.

배경기술

[3] 최근 휴대 사용자 단말의 성능 향상 및 무선 네트워크 기술의 급속한 개발로 인해 휴대 사용자 단말은 종래의 단순한 전화의 용도를 넘어 점차 다양한 용도로 활용되고 있으며, 게임, 음악, 영화, 증권 서비스 등 휴대 사용자 단말을 통해 제공받을 수 있는 서비스 또한 점차 증가되고 있는 실정이다.

[4] 이러한 추세 변화에 따라, 휴대 사용자 단말의 제조사 및 통신 사업자들은 물론 일반 사용자 또한 휴대 사용자 단말에서 실행할 수 있는 다양한 응용 프로그램을 개발하여 배포하고 있다.

[5] 이와 함께, 기존 온라인 광고 분야에서도 휴대 사용자 단말을 통해서 광고를 제공하고자 하는 다양한 시도가 이뤄지고 있다. 특히, 최근에는 휴대 사용자 단말을 비롯한 사용자 단말에서 실행되는 응용 프로그램을 통해 사용자에게 적합한 광고를 출력할 수 있는 기술이 주목 받고 있다.

[6] 응용 프로그램을 통해 광고를 출력하기 위해, 사용자 단말은 먼저 응용 프로그램이 실행되면, 광고 데이터를 제공하는 광고 서비스 장치로 광고 요청 정보를 전송한다. 이를 수신한 광고 서비스 장치는 상기 광고 요청 정보를 분석한 후, 사용자 단말에 적합한 광고 데이터를 추출한 후, 사용자 단말로 제공한다. 사용자 단말은 상기 광고 서비스 장치로부터 수신되는 광고 데이터를 응용 프로그램의 일 영역을 통해 출력함으로써, 광고를 출력할 수 있다.

[7] 한편, 현재 광고 기술은 개인 또는 특정집단의 분석을 통한 타게팅 광고를 수행하고 있는 추세이다. 하지만, 광고와 소셜 네트웍 개념의 인터랙티브한

피드백을 이용하여 광고의 신뢰도를 높이는 기술은 부족하다.

[8] 이에 따라 광고와 소셜 네트웍 개념의 인터랙티브한 피드백을 이용하여 광고의 신뢰도를 높일 수 있는 기술 개발이 요구되고 있다.

[9] 관련 선행기술로는, 한국 등록 특허 제10-1110617호, 2012년 01월 20일 등록 (명칭: 소셜 네트워크 기반 온라인쇼핑몰 홍보 서비스 제공방법)이 있다.

발명의 상세한 설명

기술적 과제

[10] 상술한 바와 같이, 본 발명은 친구나 가족, 지인과 같은 인맥을 이용하여 여러 사람들이 광고에 대한 호감들을 표현했을 때 해당 호감도를 인맥과 관련된 사용자들이 수신함으로서 광고에 대한 신뢰도를 높이고 클릭률을 높일 수 있도록 하기 위한 광고 제공 시스템, 그 시스템에서의 광고 제공을 위한 장치 및 방법을 제공하는 데 목적이 있다.

[11] 또한, 본 발명의 목적은 소셜 네트워크 서비스(SNS) 상에 포스팅된 브랜드 페이지에 호감 버튼을 클릭한 지인들을 추출하여 광고를 제공할 때 추천인 정보처럼 제공할 수 있는 광고 제공 시스템, 그 시스템에서의 광고 제공을 위한 장치 및 방법을 제공하는 것이다.

[12] 또한, 본 발명의 목적은 소셜 네트워크 서비스(SNS) 상에서 호감 버튼 등을 통해 높은 호감을 보인 광고 게시물을 광고 컨텐츠 형태로 제작하여 어플리케이션, 웹과 같은 다른 매체에 광고할 수 있도록 소셜 네트워크 서비스(SNS) 연동할 수 있도록 하기 위한 광고 제공 시스템, 그 시스템에서의 광고 제공을 위한 장치 및 방법을 제공하는 것이다.

[13] 또한, 본 발명의 목적은 인터넷 광고를 시청할 사용자의 지인들의 구매내역을 인터넷 광고와 함께 표시하는 것이다.

[14] 또한, 본 발명의 목적은 지인들의 정보를 SNS 플랫폼과 연동하여 수집하는 것이다.

[15] 또한, 본 발명의 목적은 지인들의 구매, 장바구니 및 위시리스트 내역을 오픈 마켓 플랫폼과 연동하여 수집하는 것이다.

[16] 또한, 본 발명의 목적은 지인들의 구매내역을 함께 제공함으로써 광고 상품에 대한 호감도와 신뢰성을 높이는 것이다.

[17] 또한, 본 발명의 목적은 지인들에 대한 신뢰로 하여금 인터넷 광고의 클릭율 및 구매율을 높이는 것이다.

과제 해결 수단

[18] 상술한 바와 같은 목적을 달성하기 위한 본 발명의 실시 예에 따른 사용자 장치는 광고 서비스 장치와 로그 수집 장치와 통신을 위한 통신부; 광고 컨텐츠를 출력하는 출력부; 사용자 조작에 따른 입력 신호를 발생하는 입력부; 및 소셜 네트워크 서비스(SNS) 어플리케이션 실행 시 광고 출력이 필요할 시 상기 통신부를 통해 상기 광고 서비스 장치로 광고를 요청하고, 상기 광고

서비스 장치로부터 광고 컨텐츠가 수신되면 상기 SNS 로그인 여부에 따라 로그인 상태인 경우 상기 로그 수집 장치를 통해 수신한 광고에 대한 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 제공받아 상기 출력부를 통해 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 표시하고, 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 해당 광고 컨텐츠에 대한 사용자의 호감도를 알리기 위한 호감도 버튼을 함께 표시하도록 제어하는 제어부를 포함한다.

[19] 이 때, 제어부는 상기 SNS 로그인 여부에 따라 로그인 상태인 경우 상기 광고 컨텐츠에 포함된 SNS 게시물 아이디 정보를 이용하여 상기 로그 수집 장치를 통해 사용자가 해당 광고에 대해 이전에 호감도 버튼에 대한 클릭 여부를 확인하고, 호감도 버튼을 클릭한 경우 상기 수신한 광고 컨텐츠를 표시하지 않고, 상기 통신부를 통해 상기 광고 서비스 장치로 다른 광고를 요청할 수 있다.

[20] 이 때, 광고 컨텐츠가 수신된 후 상기 SNS 로그인이 안된 상태인 경우 클릭을 유도하기 위한 알아보기 버튼과 클릭을 유도하는 문구를 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 표시하도록 제어할 수 있다.

[21] 본 발명의 실시 예에 따른 광고 서비스 장치는 사용자 장치 및 광고 등록 장치와의 통신을 위한 서비스 통신부; 및 상기 광고 등록 장치로부터 업로드 되는 광고 컨텐츠를 저장하고, 광고 데이터베이스(DB)를 통해 주기적으로 집행될 광고 메타 데이터를 읽어와서 저장하고, 상기 사용자 장치로부터 상기 서비스 통신부를 통해 SNS 연계 광고 요청을 수신하면 해당 시점에 집행될 광고 컨텐츠를 상기 서비스 통신부를 통해 상기 사용자 장치로 제공하는 서비스 제어부를 포함하고, 상기 메타 데이터는 SNS 게시물 아이디를 포함하고, 상기 사용자 장치로 제공하는 광고 컨텐츠는 상기 SNS 게시물 아이디를 포함할 수 있다.

[22] 본 발명의 실시 예에 따른 광고 제공 시스템은 광고가 등록되면 SNS 게시물 아이디 정보를 포함하는 메타 데이터를 광고 데이터베이스에 등록하고, 광고 컨텐츠를 광고 서비스 장치로 업로드 시키는 광고 등록 장치; 상기 광고 등록 장치로부터 전송되는 SNS 게시물 아이디 정보를 포함하는 메타 데이터를 저장하는 광고 데이터베이스(DB); 상기 광고 등록 장치로부터 업로드 되는 광고 컨텐츠를 저장하고, 상기 광고 DB를 통해 주기적으로 집행될 광고 메타 데이터를 읽어와서 저장하고, 사용자 장치로부터 SNS 연계 광고 요청을 수신하면 해당 시점에 집행될 광고 컨텐츠를 사용자 장치로 제공하는 광고 서비스 장치; 소셜 네트워크 서비스(SNS) 어플리케이션 실행 시 광고 출력이 필요할 시 상기 광고 서비스 장치로 광고를 요청하고, 상기 광고 서비스 장치로부터 광고 컨텐츠가 수신되면 상기 SNS 로그인 여부에 따라 로그인 상태인 경우 상기 로그 수집 장치를 통해 수신한 광고에 대한 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 제공받아 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 표시하고, 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 해당 광고 컨텐츠에 대한 사용자의 호감도를 알리기 위한 호감도 버튼을 함께 표시하고, 상기 SNS 로그인이 안된 상태인 경우 클릭을

유도하기 위한 알아보기 버튼과 클릭을 유도하는 문구를 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 표시하고, 호감도 버튼 클릭 정보를 포함하는 노출 로그 정보를 로그 수집 장치로 전송하는 사용자 장치; 및 상기 사용자 장치로부터 전송되는 노출 로그 정보가 수신되면 상기 광고 등록 장치로 상기 노출 로그 정보를 전달하는 로그 수집 장치를 포함한다.

[23] 본 발명의 실시 예에 따른 인터넷 광고 서비스 장치는 SNS 플랫폼 서버로부터 광고를 시청할 사용자의 인맥 정보를 수집하는 인맥 수집부; 오픈 마켓 플랫폼 서버로부터 상기 인맥 정보에 포함된 사용자들의 쇼핑 정보를 수집하는 쇼핑 수집부; 및 상기 쇼핑 정보에 기반하여 상품에 대한 광고를 생성하는 광고 생성부를 포함한다.

[24] 이 때, 인터넷 광고 서비스 장치는 상기 오픈 마켓 플랫폼에서 판매되는 상품의 식별자를 저장하는 저장부를 더 포함하고, 상기 광고 생성부는 상기 식별자에 기반하여 상기 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출할 수 있다.

[25] 이 때, 오픈 마켓 플랫폼의 회원 정보는 상기 SNS 플랫폼의 회원 정보를 포함할 수 있다.

[26] 이 때, 쇼핑 정보는 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보 중 어느 하나 이상을 포함할 수 있다.

[27] 이 때, 쇼핑 정보는 기설정된 기간 이내에 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보만을 포함할 수 있다.

[28] 본 발명의 실시 예에 따른 광고 제공을 위한 방법은 사용자 장치는, 소셜 네트워크 서비스(SNS) 어플리케이션 실행에 따라 광고 서비스 장치로 광고를 요청한 후 광고 컨텐츠가 수신되면, SNS 로그인 상태를 검사하는 과정; 상기 검사 결과 로그인한 상태라면 상기 수신한 광고 컨텐츠를 표시하는 화면 내에 해당 광고에 대해 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 있는지 검사하는 과정; 및 상기 검사결과 만약, 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 없다면, 로그 수집 장치로부터 해당 광고에 대해 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 요청하고, 수신하여 해당 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 해당 광고에 대한 호감도를 표시하기 위한 호감도 버튼과 해당 광고에 대한 호감을 표시한 친구 리스트를 표시하는 과정을 포함한다.

[29] 이 때, 광고 제공을 위한 방법은 사용자로부터 호감도 버튼이 클릭되는지 검사하는 과정; 사용자에 의해 상기 호감도 버튼이 클릭되면 해당 광고에 대한 호감도 버튼이 클릭됨을 알리는 정보를 포함하는 노출 로그를 상기 로그 수집 장치로 전송하는 과정; 및 사용자에 의해 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 상에서 호감도 버튼 및 친구 리스트를 표시한 영역을 제외한 영역을 클릭할 경우 SNS의 광고 페이지로 랜딩을 수행하는 과정을 더 포함할 수 있다.

[30] 이 때, 광고 제공을 위한 방법은 상기 해당 광고에 대해 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 있는지 검사하는 과정 수행 후, 만약, 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 있다면, 상기 수신한 광고 컨텐츠를 표시하지 않고, 상기 광고 서비스

장치로 다른 광고를 요청하는 과정을 더 포함할 수 있다.

[31] 이 때, 광고 제공을 위한 방법은 광고 컨텐츠가 수신되면, SNS 로그인 상태를 검사하는 과정 수행 후, SNS 로그인 하지 않은 상태라면 상기 수신한 광고 컨텐츠를 표시하는 화면 내에 클릭을 유도하기 위한 알아보기 버튼과 클릭을 유도하는 문구를 표시하는 과정; 사용자에 의해 상기 알아보기 버튼이 클릭되면, SNS 로그인 페이지로 이동하는 과정; 및 사용자에 의해 로그인 동작이 수행되면, 로그 수집 장치로부터 해당 광고에 대해 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 요청하고, 수신하여 해당 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 해당 광고에 대한 호감도를 표시하기 위한 호감도 버튼과 해당 광고에 대한 호감을 표시한 친구 리스트를 표시하는 과정을 더 포함할 수 있다.

[32] 본 발명의 실시 예에 따른 인터넷 광고 서비스 방법은 SNS 플랫폼 서버로부터 광고를 시청할 사용자의 인맥 정보를 수집하는 단계; 오픈 마켓 플랫폼 서버로부터 상기 인맥 정보에 포함된 사용자의 쇼핑 정보를 수집하는 단계; 및 상기 쇼핑 정보에 기반하여 상품에 대한 광고를 생성하는 단계를 포함한다.

[33] 이 때, 인터넷 광고 서비스 방법은 상기 오픈 마켓 플랫폼에서 판매되는 상품의 식별자를 저장하는 단계를 더 포함하고, 상기 광고를 생성하는 단계는 상기 식별자에 기반하여 상기 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출할 수 있다.

[34] 이 때, 오픈 마켓 플랫폼의 회원 정보는 상기 SNS 플랫폼의 회원 정보를 포함할 수 있다.

[35] 이 때, 쇼핑 정보는 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보 중 어느 하나 이상을 포함할 수 있다.

[36] 이 때, 쇼핑 정보는 기설정된 기간 이내에 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보만을 포함할 수 있다.

[37] 본 발명의 과제 해결을 위한 또 다른 수단으로서, 클라우드 컴퓨팅 기반의 데이터 관리 방법을 실행하는 프로그램을 기록한 컴퓨터 판독 가능한 기록매체를 제공한다.

발명의 효과

[38] 본 발명에 따르면, 인맥을 기반으로 한 매체를 통해 광고효과를 확인한 광고를 대상으로 다른 매체에 광고를 하여 좀더 신뢰도가 있는 광고에 대해 광고효과를 극대화 할 수 있으며 "좋아요" 를 클릭한 지인들을 다른 매체에 광고를 할 때 표기함으로써 인맥을 기반으로 신뢰도를 높이고 "알아보기" 와 "좋아요" 와 같은 흥미도가 높은 클릭요소를 모바일 광고에 삽입함으로써 광고 효과를 높이고 클릭을 유도할 수 있다. 또한, "좋아요" 를 한번 클릭한 광고 수신자의 경우 다음 번 광고가 노출될 때 광고 효과가 떨어지기 때문에 좀더 효율적인 광고 효과와 광고 플랫폼의 인벤토리 관리를 위해서는 "좋아요" 를 클릭한 광고 수신자에게는 광고가 더 이상한 송출 되지 않도록 할 수 있다.

[39] 이렇게 함으로써 대중적인 호감도를 가지고 있는 광고를 다른 매체에 전송하여

광고 효과를 높일 수 있고, 친구들이 클릭한 광고를 통해 광고의 신뢰성을 높일 수 있고 해당 광고를 클릭율을 유도할 수 있다. 이뿐만 아니라, 광고 컨텐츠에 대한 클릭을 통해 SNS 매체로 리타겟팅(Retargeting)되는 효과도 있다.

[40] 또한, 본 발명은 인터넷 광고를 시청할 사용자의 지인들의 구매내역을 인터넷 광고와 함께 표시할 수 있다.

[41] 또한, 본 발명은 지인들의 정보를 SNS 플랫폼과 연동하여 수집할 수 있다.

[42] 또한, 본 발명은 지인들의 구매, 장바구니 및 위시리스트 내역을 오픈 마켓 플랫폼과 연동하여 수집할 수 있다.

[43] 또한, 본 발명은 지인들의 구매내역을 함께 제공함으로써 광고 상품에 대한 호감도와 신뢰성을 높일 수 있다.

[44] 또한, 본 발명은 지인들에 대한 신뢰로 하여금 인터넷 광고의 클릭율 및 구매율을 높일 수 있다.

도면의 간단한 설명

[45] 도 1은 본 발명의 일실시예에 따른 광고 제공 시스템의 구성을 나타낸 블록도이다.

[46] 도 2는 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고 서비스 시스템을 나타낸 블록도이다.

[47] 도 3은 도 1에 도시된 사용자 장치의 일 예를 나타낸 블록도이다.

[48] 도 4는 도 1에 도시된 광고 서비스 장치의 일 예를 나타낸 블록도이다.

[49] 도 5는 도 2에 도시된 인터넷 광고 서비스 장치의 일 예를 나타낸 블록도이다.

[50] 도 6a 및 도 6b는 본 발명의 일실시예에 따른 광고 컨텐츠 화면을 나타낸 도면이다.

[51] 도 7은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고의 일 예를 나타낸 도면이다.

[52] 도 8은 본 발명의 일실시예에 따른 쇼핑 정보의 일 예를 나타낸 도면이다.

[53] 도 9는 본 발명의 일실시예에 따른 광고 제공 시스템에서 각 구성들 간의 신호 흐름을 나타낸 도면이다.

[54] 도 10a 및 도 10b는 본 발명의 일실시예에 따른 사용자 장치에서 소셜 네트워크 서비스와 연계된 광고 제공 과정을 나타낸 동작 흐름도이다.

[55] 도 11은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고 서비스 방법을 나타낸 동작 흐름도이다.

발명의 실시를 위한 형태

[56] 이하 본 발명의 바람직한 실시 예를 첨부한 도면을 참조하여 상세히 설명한다. 다만, 하기의 설명 및 첨부된 도면에서 본 발명의 요지를 흐릴 수 있는 공지 기능 또는 구성에 대한 상세한 설명은 생략한다. 또한, 도면 전체에 걸쳐 동일한 구성 요소들은 가능한 한 동일한 도면 부호로 나타내고 있음에 유의하여야 한다.

[57] 이하에서 설명되는 본 명세서 및 청구범위에 사용된 용어나 단어는 통상적이거나 사전적인 의미로 한정해서 해석되어서는 아니 되며, 발명자는 그

자신의 발명을 가장 최선의 방법으로 설명하기 위한 용어의 개념으로 적절하게 정의할 수 있다는 원칙에 입각하여 본 발명의 기술적 사상에 부합하는 의미와 개념으로 해석되어야만 한다. 따라서 본 명세서에 기재된 실시 예와 도면에 도시된 구성은 본 발명의 가장 바람직한 일 실시 예에 불과할 뿐이고, 본 발명의 기술적 사상을 모두 대변하는 것은 아니므로, 본 출원시점에 있어서 이들을 대체할 수 있는 다양한 균등물과 변형 예들이 있을 수 있음을 이해하여야 한다. 또한 제 1, 제 2 등의 용어는 다양한 구성요소들을 설명하기 위해 사용하는 것으로, 하나의 구성요소를 다른 구성요소로부터 구별하는 목적으로만 사용될 뿐, 상기 구성요소들을 한정하기 위해 사용되지 않는다.

[58] 이하에서는 본 발명의 실시 예에 따른 단말기는 통신망에 연결되어 클라우드 컴퓨팅 시스템 기반으로 컨텐츠를 업로드 또는 다운로드 할 수 있는 이동통신단말기를 대표적인 예로서 설명하지만 단말기는 이동통신단말기에 한정된 것이 아니고, 모든 정보통신기기, 멀티미디어 단말기, 유선 단말기, 고정형 단말기 및 IP(Internet Protocol) 단말기 등의 다양한 단말기에 적용될 수 있다. 또한, 단말기는 휴대폰, PMP(Portable Multimedia Player), MID(Mobile Internet Device), 스마트폰(Smart Phone), 데스크톱(Desktop), 태블릿컴퓨터(Tablet PC), 노트북(Note book), 넷북(Net book) 및 정보통신 기기 등과 같은 다양한 이동통신 사양을 갖는 모바일(Mobile) 단말기일 때 유리하게 활용될 수 있다.

[59] 이하, 본 발명의 실시 예에 따른 클라우드 컴퓨팅 기반의 데이터 관리 시스템에 대해 설명하도록 한다. 이하에서, 컨텐츠 공유는 컨텐츠 전송을 포함하는 개념일 수 있다. 또한, 데이터 관리는 데이터 전송을 포함하는 개념일 수 있다.

[60] 도 1은 본 발명의 일실시예에 따른 광고 제공 시스템의 구성을 나타낸 블록도이다.

[61] 도 1을 참조하면, 본 발명의 일실시예에 따른 광고 제공 시스템은 사용자 단말(100), 광고 등록 장치(120), 광고 서비스 장치(130), 광고 데이터베이스(DB)(150), 로그 수집 장치(160) 및 통신망(110)을 포함하여 구성될 수 있다. 여기서, 광고 서비스 장치(130)는 광고 컨텐츠를 제공하는 광고 컨텐츠 서버와 광고 메타 데이터를 제공하는 광고 송출 서버로 분리하여 구성할 수도 있을 것이다. 본 발명의 실시 예에서는 광고 서비스 장치(130)에서 광고 컨텐츠 서버와 광고 송출 서버의 동작을 모두 수행하도록 설명하도록 한다. 또한, 본 발명의 실시예에서는 광고 DB(150)를 별도로 두고 있지만, 광고 서비스 장치(130)에 포함되도록 구성할 수도 있을 것이다.

[62] 먼저, 사용자 장치(100)는 사용자의 키 조작에 따라 통신망(110)을 경유하여 각종 데이터를 송수신할 수 있는 단말기를 말하는 것이며, 태블릿 PC(Tablet PC), 랩톱(Laptop), 개인용 컴퓨터(PC: Personal Computer), 스마트폰(Smart Phone), 개인휴대용 정보단말기(PDA: Personal Digital Assistant), 스마트 TV 및 이동통신 단말기(Mobile Communication Terminal) 등 중 어느 하나일 수 있다.

[63] 또한, 사용자 장치(100)는 통신망(110)을 이용하여 음성 또는 데이터 통신을

수행하는 단말기이며, 통신망(110)을 경유하여 광고 서비스 장치(130)와 통신하기 위한 브라우저, 프로그램 및 프로토콜을 저장하는 메모리, 각종 프로그램을 실행하여 연산 및 제어하기 위한 마이크로프로세서 등을 구비하고 있는 단말기를 의미한다. 즉, 사용자 장치(100)는 광고 서비스 장치(130)와 서버-클라이언트 통신이 가능하고, 노트북 컴퓨터, 이동통신 단말기, PDA 등의 통신 컴퓨팅 장치를 모두 포함하는 넓은 개념이다. 한편, 사용자 장치(100)는 터치 스크린을 구비한 형태로 제작되는 것이 바람직하나 반드시 이에 한정되는 것은 아니다.

[64] 특히, 본 발명의 실시예에 따른 사용자 장치(100)는 사용자의 요청에 따라 하나 이상의 다양한 응용 프로그램을 실행하며, 실행되고 있는 응용 프로그램을 통해 다양한 광고 데이터를 출력할 수 있는 사용자가 이용 가능한 장치를 의미한다.

[65] 여기서 하나 이상의 다양한 응용 프로그램은 사용자 장치(100) 내에서 구동 가능한 프로그램으로, 예컨대, 게임 관련 응용 프로그램, 멀티미디어(multimedia) 재생 응용 프로그램, 일정 관리 응용 프로그램 등 다양한 종류의 응용 프로그램이 될 수 있을 것이다. 특히, 본 발명의 실시 예에서는 응용 프로그램으로 소셜 네트워크 서비스 프로그램이 미리 다운 및 설치되어 저장부(240)에 저장되어 있어야 할 것이다.

[66] 이러한 응용 프로그램은 특정 서비스 장치(미도시)로부터 다운로드 되어 사용자 장치(100)에 설치될 수 있으며, 사용자 장치(100)가 해당 응용 프로그램을 설치하고 있지 않더라도, 클라우드 서비스 방식으로 다양한 응용 프로그램을 실행할 수도 있다.

[67] 응용 프로그램이 실행되면, 사용자 장치(100)는 광고 요청 정보를 생성하여, 광고 서비스 장치(130)로 전송한다. 이때, 생성되는 광고 요청 정보는 사용자 장치 정보, 응용 프로그램 정보, 사용자 정보 중 적어도 어느 하나의 정보를 포함할 수 있다.

[68] 이후, 광고 서비스 장치(130)로부터 해당되는 광고 데이터가 수신되면, 수신된 광고 데이터를 상기 응용 프로그램의 사용자 인터페이스에 삽입하여 출력하게 된다. 이를 통해 사용자는 응용 프로그램 실행 중에 다양한 광고 데이터를 확인할 수 있게 된다.

[69] 또한, 본 발명의 실시예에 따른 사용자 장치(100)는 광고 서비스 장치(130)로부터 제공되는 SDK(Software Development Kit)를 사용자 장치(100)에 미리 탑재되는 것이 바람직하다. 이와 같은 SDK를 통해 모바일 광고에서 웹 광고를 삽입할 수 있다.

[70] 특히, 본 발명에 따른 사용자 장치(100)는 소셜 네트워크 서비스(SNS) 어플리케이션 실행 시 광고 출력이 필요할 시 광고 서비스 장치(130)로 광고를 요청한다. 이후, 광고 서비스 장치(130)로부터 광고 컨텐츠가 수신되면 SNS 로그인 여부에 따라 로그인 상태인 경우 로그 수집 장치(160)를 통해 수신한 광고에 대한 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 제공받아 광고 컨텐츠 표시

화면 내에 표시한다. 또한, 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 해당 광고 컨텐츠에 대한 사용자의 호감도를 알리기 위한 호감도 버튼을 함께 표시한다. 또한, 만약 SNS 로그인이 안된 상태인 경우 클릭을 유도하기 위한 알아보기 버튼과 클릭을 유도하는 문구를 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 표시하고, 호감도 버튼 클릭 정보를 포함하는 노출 로그 정보를 로그 수집 장치(160)로 전송한다.

[71] 상기한 사용자 장치(100)의 구체적인 내부 구성 및 동작은 하기 도 2의 설명에서 구체적으로 설명하도록 한다.

[72] 광고 등록 장치(120)는 광고주들로부터의 광고 등록 요청에 따라 광고가 등록되면, 광고 서비스 장치(130)로 광고 컨텐츠를 업로드하고, 광고 데이터베이스(150)에 광고 메타 및 소재 메타 데이터를 등록한다. 이때, 메타 데이터는 이미지, 소셜 네트워크(SNS) 게시물 아이디 중 적어도 하나를 포함한다.

[73] 광고 서비스 장치(130)는 광고 플랫폼으로서, 사용자 장치(100)로부터 광고 요청에 따라 광고 데이터를 제공한다. 특히, 본 발명에 따른 광고 서비스 장치(130)는 사용자 장치(100)로부터 광고 요청이 수신되면, 해당 사용자 장치(100)로 해당 시점에 집행될 광고 메타 데이터를 사용자 장치(100)로 송출한 후 필요 시 광고 컨텐츠를 전송한다. 특히, 본 발명에 따른 광고 서비스 장치(130)는 광고 등록 장치(120)로부터 업로드 되는 광고 컨텐츠를 저장하고, 광고 DB(150)를 통해 주기적으로 집행될 광고 메타 데이터를 읽어와서 저장하고, 사용자 장치(100)로부터 SNS 연계 광고 요청을 수신하면 해당 시점에 집행될 광고 컨텐츠를 사용자 장치(100)로 제공한다.

[74] 상기한 바와 같이 본 발명은 인맥을 기반으로 한 매체를 통해 광고효과를 확인한 광고를 대상으로 다른 매체에 광고를 하여 좀더 신뢰도가 있는 광고에 대해 광고효과를 극대화 할 수 있으며 "좋아요" 를 클릭한 지인들을 다른 매체에 광고를 할 때 표기함으로써 인맥을 기반으로 신뢰도를 높이고 "알아보기" 와 "좋아요" 와 같은 흥미도가 높은 클릭요소를 모바일 광고에 삽입함으로써 광고 효과를 높이고 클릭을 유도할 수 있다. 또한, 대중적인 호감도를 가지고 있는 광고를 다른 매체에 전송하여 광고 효과를 높인다. 친구들이 클릭한 광고를 통해 광고의 신뢰성을 높일 수 있고 해당 광고를 클릭율을 유도할 수 있다. 광고 컨텐츠에 대한 클릭을 통해 SNS 매체로 리타겟팅(Retargeting)되는 효과가 있다.

[75] 상기한 광고 서비스 장치(130)의 구체적인 내부 구성 및 동작은 하기 도 3의 설명에서 구체적으로 설명하도록 한다.

[76] 로그 수집 장치(160)는 소셜 네트워크 서비스(SNS) 플랫폼에 속하는 장치로, 광고 노출에 대한 노출 로그를 관리한다. 즉, 광고에 대한 소셜 네트워크 서비스 상의 지인들의 호감도 정보를 저장하고, 사용자 장치(100)로부터 특정 광고에 대해 지인들의 호감도 정보 요청이 있으면 해당 광고에 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 사용자장치(100)로 제공한다. 또한, 로그 수집 장치(160)는 사용자 장치(100)로부터 노출된 광고에 대한 노출 로그를 제공받으면 광고 등록

장치(120)로 전달하여 노출 로그 DB에 저장한다.

[77] 이와 같은 사용자 장치(100), 광고 서비스 장치(130), 광고 DB(150) 및 로그 수집 장치(160)는 통신망(110)을 통해 연동되며, 이러한 통신망(110)은 인터넷망, 인트라넷망, 이동통신망, 위성 통신망 등 다양한 유무선 통신 기술을 이용하여 인터넷 프로토콜로 데이터를 송수신할 수 있는 망을 말한다. 이러한, 통신망(110)은 LAN(Local Area Network), WAN(Wide Area Network)등의 폐쇄형 네트워크, 인터넷(Internet)과 같은 개방형 네트워크뿐만 아니라, CDMA(Code Division Multiple Access), WCDMA(Wideband Code Division Multiple Access), GSM(Global System for Mobile Communications), LTE(Long Term Evolution), EPC(Evolved Packet Core) 등의 네트워크와 향후 구현될 차세대 네트워크 및 컴퓨팅 네트워크를 통칭하는 개념이다.

[78] 도 2는 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고 서비스 시스템을 나타낸 블록도이다.

[79] 도 2를 참조하면, 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고 서비스 시스템은 인터넷 광고 서비스 장치(210), 단말 장치(220), SNS 플랫폼 서버(230), 오픈 마켓 플랫폼 서버(240) 및 네트워크(250)를 포함한다.

[80] 인터넷 광고 서비스 장치(210)는 SNS 플랫폼 서버(230)로부터 광고를 시청할 사용자의 인맥 정보를 수집하고, 오픈 마켓 플랫폼 서버(240)로부터 상기 인맥 정보에 포함된 사용자들의 쇼핑 정보를 수집하고, 상기 쇼핑 정보에 기반하여 상품에 대한 광고를 생성한다.

[81] 이 때, 인터넷 광고 서비스 장치(210)는 상기 인맥 정보에 포함된 사용자 중 상기 광고 대상 상품에 대한 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출하고, 상기 추출된 사용자에 기반하여 광고를 생성할 수 있다.

[82] 이 때, 상품에 대한 광고는 상기 추출된 사용자의 목록 및 쇼핑 정보 중 어느 하나 이상을 포함할 수 있다.

[83] 이 때, 인터넷 광고 서비스 장치(210)는 상기 오픈 마켓 플랫폼에서 판매되는 상품의 식별자를 저장하고, 상기 식별자에 기반하여 상기 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출할 수 있다.

[84] 이 때, 상품에 대한 광고는 광고를 시청할 사용자의 정보에 기반하여 결정된 상품에 대한 개인화된 광고일 수 있다.

[85] 단말 장치(220)는 인터넷 광고 서비스 장치(210)가 생성한 광고를 제공받아 사용자에게 표시한다.

[86] 이때, 단말 장치(220)는 네트워크(250)에 연결되어 데이터를 업로드 또는 다운로드 할 수 있는 이동통신단말기일 수 있지만, 단말 장치(220)는 이동통신단말기에 한정된 것이 아니고, 모든 정보통신기기, 멀티미디어 단말기, 유선 단말기, 고정형 단말기 및 IP(Internet Protocol) 단말기 등의 다양한 단말기에 적용될 수 있다. 또한, 단말 장치(120)는 휴대폰, PMP(Portable Multimedia Player), MID(Mobile Internet Device), 스마트폰(Smart Phone), 데스크톱(Desktop),

태블릿컴퓨터(Tablet PC), 노트북(Note book), 넷북(Net book), 개인휴대용 정보단말기(Personal Digital Assistant; PDA), 스마트 TV 및 정보통신 기기 등과 같은 다양한 이동통신 사양을 갖는 모바일(Mobile) 단말기일 때 유리하게 활용될 수 있다.

[87] 단말 장치(220)는 표시부를 포함하고 있을 수 있으며, 표시부는 단말 장치(220)의 기능 수행 중에 발생하는 일련의 동작상태 및 동작결과 등에 대한 정보를 표시한다. 또한, 표시부는 단말 장치(220)의 메뉴 및 사용자가 입력한 사용자 데이터 등을 표시할 수 있다. 여기서, 표시부는 액정표시장치(LCD, Liquid Crystal Display), 초박막 액정표시장치(TFT-LCD, Thin Film Transistor LCD), 발광다이오드(LED, Light Emitting Diode), 유기 발광다이오드(OLED, Organic LED), 능동형 유기발광다이오드(AMOLED, Active Matrix OLED), 레티나 디스플레이(Retina Display), 플렉시블 디스플레이(Flexible display) 및 3차원(3 Dimension) 디스플레이 등으로 구성될 수 있다. 이때, 표시부가 터치스크린 형태로 구성된 경우, 표시부는 입력부의 기능 중 일부 또는 전부를 수행할 수 있다. 특히, 본 발명에 따른 표시부는 인터넷 광고 서비스 장치(210)에서 생성한 인터넷 광고를 수신하여 화면으로 표시한다.

[88] SNS 플랫폼 서버(230)는 복수의 사용자 간의 인맥 정보를 저장하고 있다.

[89] 이 때, SNS 플랫폼 서버(230)는 저장부를 포함하고 있을 수 있으며, 저장부는 데이터를 저장하기 위한 장치로, 주 기억 장치 및 보조 기억 장치를 포함하고, SNS 플랫폼 서버(230)의 기능 동작에 필요한 응용 프로그램을 저장한다. 이러한 저장부는 크게 프로그램 영역과 데이터 영역을 포함할 수 있다. 이 때, 저장부는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체(Magnetic Media), CD-ROM(Compact Disk Read Only Memory), DVD(Digital Video Disk)와 같은 광기록 매체(Optical Media), 플롭티컬 디스크(Floptical Disk)와 같은 자기-광 매체(Magneto-optical Media) 및 롬(Read Only Memory; ROM), 램(Random Access Memory; RAM), 플래시 메모리(Flash Memory)를 포함한다.

[90] 이 때, SNS 플랫폼은 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter) 및 구글플러스(Google Plus) 등의 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)일 수 있고, 인스타그램(Instagram) 및 핀터레스트(Pinterest) 등 특정 분야에 특화된 소셜 네트워크 서비스일 수도 있다.

[91] 도 2에서는 SNS 플랫폼 서버(230)가 1개인 것으로 도시되었으나, 복수의 SNS 플랫폼 서버가 존재할 수 있다. 또한, 복수의 SNS 플랫폼이 존재할 수 있으며, 이 경우 인터넷 광고 서비스 장치(210)는 복수의 SNS 플랫폼에서 인맥 정보를 수집하여 인터넷 광고 생성에 사용할 수 있다.

[92] 이 때, 인맥 정보는, 해당 SNS 플랫폼에서 관계를 맺고 있는 사용자의 정보일 수 있다. 이 때, 관계의 유형은 한정되지 아니한다. 즉, 페이스북의 친구와 같이 양방향의 관계일수도 있고, 트위터의 팔로워와 같이 단방향의 관계일 수도 있다.

[93] 오픈 마켓 플랫폼 서버(240)는 사용자의 쇼핑 정보를 저장하고 있다.

[94] 이 때, 오픈 마켓 플랫폼 서버(240)는 저장부를 포함하고 있을 수 있으며, 저장부는 데이터를 저장하기 위한 장치로, 주 기억 장치 및 보조 기억 장치를 포함하고, 오픈 마켓 플랫폼 서버(240)의 기능 동작에 필요한 응용 프로그램을 저장한다. 이러한 저장부는 크게 프로그램 영역과 데이터 영역을 포함할 수 있다. 이 때, 저장부는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체(Magnetic Media), CD-ROM(Compact Disk Read Only Memory), DVD(Digital Video Disk)와 같은 광 기록 매체(Optical Media), 플롭티컬 디스크(Floptical Disk)와 같은 자기-광 매체(Magneto-optical Media) 및 롬(Read Only Memory; ROM), 램(Random Access Memory; RAM), 플래시 메모리(Flash Memory)를 포함한다.

[95] 이 때, 오픈 마켓 플랫폼은 판매자와 구매자가 자유롭게 상품을 사고 팔 수 있는 온라인 쇼핑몰일 때 유리하게 적용될 수 있으나, 판매자가 쇼핑몰의 운영자로 한정되는 일반적인 온라인 쇼핑몰의 경우에도 동일하게 적용될 수 있다.

[96] 도 2에서는 오픈 마켓 플랫폼 서버(240)가 1개인 것으로 도시되었으나, 복수의 오픈 마켓 플랫폼 서버가 존재할 수 있다. 또한, 복수의 오픈 마켓 플랫폼이 존재할 수 있으며, 이 경우 인터넷 광고 서비스 장치(210)는 복수의 오픈 마켓 플랫폼에서 쇼핑 정보를 수집하여 인터넷 광고 생성에 사용할 수 있다.

[97] 이 때, 오픈 마켓 플랫폼의 회원 정보는 상기 SNS 플랫폼의 회원 정보를 포함할 수 있다. 따라서, 인터넷 광고 서비스 장치(210)가 오픈 마켓 플랫폼의 회원과 SNS 플랫폼의 회원을 매칭하여 인맥 정보에 포함된 사용자들의 쇼핑 정보를 수집하도록 할 수 있다.

[98] 이 때, 쇼핑 정보는 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보 중 어느 하나 이상을 포함할 수 있다.

[99] 이 때, 쇼핑 정보는 기설정된 기간 이내에 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보만을 포함할 수 있다.

[100] 네트워크(250)는 인터넷 광고 서비스 장치(210), 단말 장치(220), SNS 플랫폼 서버(230) 및 오픈 마켓 플랫폼 서버(240) 사이에 데이터를 전달하는 통로를 제공하는 것으로서, 기존에 이용되는 네트워크 및 향후 개발 가능한 네트워크를 모두 포괄하는 개념이다. 예를 들면, 네트워크(250)는 한정된 지역 내에서 각종 정보장치들의 통신을 제공하는 유무선근거리통신망, 이동체 상호 간 및 이동체와 이동체 외부와의 통신을 제공하는 이동통신망, 위성을 이용해 지구국과 지구국간 통신을 제공하는 위성통신망이거나 유무선 통신망 중에서 어느 하나이거나, 둘 이상의 결합으로 이루어질 수 있다. 한편, 네트워크(250)의 전송 방식 표준은, 기존의 전송 방식 표준에 한정되는 것은 아니며, 향후 개발될 모든 전송 방식 표준을 포함할 수 있다. 또한, 도 2에서 인터넷 광고 서비스 장치(210)와 단말 장치(220) 사이에 사용되는 네트워크는 인터넷 광고 서비스 장치(210)와 SNS 플랫폼 서버(230) 또는 오픈 마켓 플랫폼 서버(240) 사이에서 사용되는 네트워크와 상이한 것일 수도 있고, 동일한 것일 수도 있다. 또한, 도

2에서 인터넷 광고 서비스 장치(210)와 SNS 플랫폼 서버(230) 사이에 사용되는 네트워크는 인터넷 광고 서비스 장치(210)와 오픈 마켓 플랫폼 서버(240) 사이에서 사용되는 네트워크와 상이한 것일 수도 있고, 동일한 것일 수도 있다.

[101] 도 3은 도 1에 도시된 사용자 장치의 일 예를 나타낸 블록도이다.

[102] 도 3을 참조하면, 도 1에 도시된 사용자 장치(110)는 제어부(300), 통신부(310), 입력부(320), 출력부(330) 및 저장부(340)을 포함하여 구성할 수 있다.

[103] 본 발명의 실시예에 따른 제어부(300)는 사용자 장치(100)의 전반적인 제어를 수행하며, 특히 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션 실행에 따른 동작 제어와 광고 수신, 표시, 노출된 광고에 대한 노출 로그를 광고 서비스 장치(130)로 제공하기 위한 동작을 제어할 수 있다. 이를 위해, 제어부(300)는 SNS API(301)와 광고 제어 모듈(302)을 포함하여 구성한다.

[104] 본 발명의 실시예에 따른 SNS API(301)은 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션 실행에 따른 동작을 제어한다. SNS API(301)는 SNS API 서버(본 발명의 도면에서는 미도시.)와 인증을 포함하여 데이터를 송수신한다.

[105] 광고 제어 모듈(302)은 SNS API(301)을 호출 시 해당 광고 컨텐츠에 대한 접근이 가능한 권한을 가지고, 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션 상에 광고 데이터가 필요할 시, 광고 제어 모듈(302)을 통해 광고 서비스 장치(130)로부터 광고 요청 및 수신하여 화면에 광고 컨텐츠를 표시한다. 이러한 광고 제어 모듈(302)는 자바스트립트 SDK(Javascript SDK)로 구현될 수 있을 것이다.

[106] 즉, 수신한 광고 컨텐츠는 소셜 네트워크 서비스 실행에 따라 화면에 표시되는 웹 페이지(Web page)에 게재될 수 있으며, 해당 웹 페이지는 자바스트립트 SDK(Javascript SDK)을 인클루드(Include)하여 함수를 호출함으로써 광고 컨텐츠를 화면에 표시할 수 있다.

[107] 또한, 해당 광고 컨텐츠를 제작 시 소셜 네트워크 서비스 상에 게재된 광고 게시물의 아이디(ID)가 반드시 포함하여 자바스트립트 SDK(Javascript SDK)에서 소셜 네트워크 서비스 API 호출 시 해당 광고 컨텐츠에 대한 접근이 가능하도록 한다. 이러한 광고 컨텐츠는 html5로 제작할 수 있다.

[108] 이러한 광고 제어 모듈(302)은 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션의 요청에 따라 광고 서비스 장치(130)로 광고를 요청하고, 광고 서비스 장치(130)로부터 광고 데이터가 수신되면, 수신된 광고 데이터를 상기 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션 상에 삽입하여 출력하는 과정 등을 제어할 수 있다. 광고 제어 모듈(302)은 수신한 광고 표시 중 사용자로부터 해당 광고에 대한 클릭(click)과 같은 광고 보기를 위한 입력이 있으면, 클릭 정보를 통신부(310)를 통해 광고 서비스 장치(130)로 전송하도록 제어한다. 특히, 본 발명에 따라 광고 서비스 장치(130)로부터 수신한 광고 컨텐츠는 실행 중인 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션 로그인이 된 경우와 로그인이 안된 경우에 따라 서로 다르게 표시된다.

[109] 먼저, 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션 로그인이 안된 경우에는 도 6의

(a)와 같이 "알아보기" 버튼과 같이 클릭을 유도하기 위한 버튼(610)과 클릭을 유도하는 문구(620)를 표시한다. 만약, 사용자가 "알아보기" 버튼을 클릭하게 되면, 소셜 네트워크 어플리케이션 로그인 페이지로 이동할 수 있으며, 해당 영역에서 로그인 시 하기에서 설명할 도 6의 (b)와 같은 화면이 표시될 것이다.

[110] 다음으로, 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션 로그인이 된 경우에는 도 6의 (b)와 같이 해당 광고에 대한 호감도를 표시하기 위한 "좋아요" 버튼과 같이 호감도 버튼(630)과 해당 광고에 대한 호감을 표시한 친구 리스트(640)를 표시한다.

[111] 또한, 사용자에 의해 표시된 광고 컨텐츠 상에서 버튼(610, 630) 및 문구 또는 친구 리스트를 표시한 영역(620, 640)을 제외한 영역을 클릭할 경우 SNS의 광고 페이지로 랜딩을 수행한다. 이렇게 함으로써 광고 리타겟팅(Retargeting) 효과를 가져올 수 있다.

[112] 통신부(310)는 통신망(110)을 통해 광고 서비스 장치(130)와 통신을 수행하여 광고 제공을 위한 메시지들을 송수신할 수 있다.

[113] 이러한 통신부(310)는 유선 방식 및 무선 방식뿐만 아니라 다양한 통신 방식을 통해서 데이터를 송수신할 수 있다. 더하여, 통신부(310)는 하나 이상의 통신 방식을 사용하여 데이터를 송수신할 수 있으며, 이를 위하여 통신부(310)는 각각 서로 다른 통신 방식에 따라서 데이터를 송수신하는 복수의 통신 모듈을 포함할 수 있다. 특히 본 발명의 실시예에 따른 통신부(310)는 광고 서비스 장치(130)로 광고 요청 정보를 전송하고, 상기 광고 서비스 장치(130)로부터 광고 데이터를 수신하는 역할을 수행하게 된다. 또한, 본 발명의 실시예에 따른 통신부(310)는 제어부(300)의 제어에 따라 광고 클릭 정보를 광고 서비스 장치(130)로부터 전송할 수 있다. 여기서, 광고 클릭 정보란 광고 컨텐츠가 화면 상에 표시된 상태에서 알아보기 버튼(610) 클릭, 호감도 버튼(630) 클릭, 버튼(610, 630) 및 문구 또는 친구 리스트를 표시한 영역(620, 640)을 제외한 영역에 대한 클릭과 같이 클릭한 정보를 말한다.

[114] 입력부(320)는 사용자의 조작에 따라서 사용자의 요청이나 정보에 해당하는 사용자 입력 신호를 발생할 수 있으며, 현재 상용화되어 있거나 향후 상용화가 가능한 다양한 입력 수단으로 구현될 수 있으며, 예를 들면, 키보드, 마우스, 조이스틱, 터치 스크린, 터치 패드 등과 같은 일반적인 입력 장치뿐만 아니라, 사용자의 모션을 감지하여 특정 입력 신호를 발생하는 제스처 입력 수단, 사용자의 음성을 인식하는 음성 인식 수단을 포함할 수 있다. 입력부(320)는 사용자 즉, 발신자로부터 입력된 음성 신호를 제어부(300)로 전달할 수 있다.

[115] 출력부(330)는 사용자 장치(100)의 동작 결과나 상태를 사용자가 인식할 수 있도록 제공하는 수단으로서, 예를 들면, 화면을 통해 시각적으로 출력하는 표시부나, 가청음을 출력하는 스피커 등을 포함할 수 있다.

[116] 저장부(340)는 사용자 장치(100)의 동작에 필요한 정보들을 저장한다. 특히, 본 발명의 저장부(340)는 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션과 같이 하나 이상의

응용 프로그램(342)을 저장할 수 있다. 또한, 광고 서비스 장치(130)로부터 수신된 광고 데이터를 영구 또는 일시적으로 저장할 수 있다.

[117] 이러한 저장부(340)는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체(Magnetic Media), CD-ROM(Compact Disk Read Only Memory), DVD(Digital Video Disk)와 같은 광 기록 매체(Optical Media), 플롭티컬 디스크(Floptical Disk)와 같은 자기-광 매체(Magneto-Optical Media) 및 롬(ROM), 램(RAM, Random Access Memory), 플래시 메모리를 포함한다.

[118] 아울러, 저장부(340)는 본 발명의 실시예들에 따른 기능 동작에 필요한 응용 프로그램을 비롯하여, 표시부에 출력될 화면 이미지 등을 저장할 수 있다. 그리고 저장부(340)는 표시부가 터치스크린으로 구성되는 경우 터치스크린 운용을 위한 키 맵이나 메뉴 맵 등을 저장할 수 있다. 여기서 키 맵, 메뉴 맵은 각각 다양한 형태가 될 수 있다. 즉, 키맵은 키보드 맵이나, 3*4 키 맵, 쿼티 키 맵 등이 될 수 있고, 현재 활성화되고 있는 응용 프로그램의 운용 제어를 위한 제어키 맵이 될 수 도 있다. 또한, 메뉴 맵은 현재 활성화되고 있는 응용 프로그램 운용 제어를 위한 메뉴 맵이 될 수 도 있다. 이러한 메모리부는 사용자 장치(100)의 부팅 및 상술한 각 구성의 운용을 위한 운영체제(OS, Operating System), 다양한 사용자 기능 예를 들면, 사용자 장치(100)의 통화기능 지원을 위한 사용자 기능, 기타 음원을 재생하기 위한 MP3 사용자 기능, 사진 등의 이미지를 재생하기 위한 이미지 출력 기능, 동영상 재생 기능 등을 각각 지원하기 위한 응용 프로그램 등을 저장할 수 있다.

[119] 이와 같이, 도 3를 통해 사용자 장치(100)의 주요 구성 및 동작 방법에 대해 설명하였다. 그러나 도 3를 통해 도시된 구성요소가 모두 필수 구성요소인 것은 아니며, 도시된 구성요소보다 많은 구성 요소에 의해 사용자 장치(100)가 구현될 수도 있고, 그 보다 적은 구성요소에 의해 사용자 장치(100)가 구현될 수도 있다. 또한, 도 3를 통해 도시된 사용자 장치(100)의 주요 구성요소의 위치는 얼마든지 편의상 또는 다른 이유로 바뀔 수 있음이 물론이다.

[120] 이상으로 본 발명의 실시예에 따른 사용자 장치(100)의 주요 구성 및 동작 방법에 대해 설명하였다. 이러한 본 발명의 사용자 장치(100)는 다양한 형태로 구현될 수 있다. 예를 들어, 본 명세서에서 기술되는 사용자 장치(100)는 스마트 폰(smart phone), 타블렛 PC(Tablet PC), PDA(Personal Digital Assistants), MID(Mobile Internet Device), PMP(Portable Multimedia Player), MP3 Player 등의 이동 단말기는 물론, 스마트 TV(Smart TV), 데스크탑 컴퓨터 등과 같은 고정 단말기가 사용될 수도 있다.

[121] 이러한 본 발명의 사용자 장치(100)는 디지털 기기의 컨버전스(convergence) 추세에 따라 휴대 기기의 변형이 매우 다양하여 모두 열거할 수는 없으나, 상기 언급된 유닛들과 동등한 수준의 유닛이 본 발명에 따른 사용자 장치(100)로 사용될 수도 있으며, 통신망(110)을 통해 광고 서비스 장치(130)와 정보를 송수신하며, 광고 서비스 장치(130)가 제공하는 광고 데이터를 출력할 수 있는

단말이라면, 그 어떠한 단말도 본 발명의 사용자 장치(100)로 적용 가능하다.

[122] 도 4는 도 1에 도시된 광고 서비스 장치의 일 예를 나타낸 블록도이다.

[123] 도 4를 참조하면, 도 1에 도시된 광고 서비스 장치(130)는 서비스 통신부(410), 서비스 제어부(420) 및 서비스 저장부(430)를 포함하여 구성될 수 있다.

[124] 먼저, 서비스 통신부(410)는 통신망(110)을 통해 하나 이상의 사용자 장치(100) 및 광고 등록 장치(120)와 다양한 정보를 송수신할 수 있는 것으로, 특히 어느 하나의 사용자 장치(100)로부터 광고 요청을 수신하고, 상기 사용자 장치(100)로 광고 데이터를 송신하는 역할을 수행한다. 또한, 서비스 통신부(410)는 광고 등록 장치(120)로부터 업로드 요청된 광고 컨텐츠를 수신하는 역할을 수행한다. 또한, 본 발명의 실시예에 따른 서비스 통신부(410)는 사용자 장치(100)로부터 광고에 대한 노출 로그 정보를 수신할 수도 있다.

[125] 서비스 제어부(420)는 광고 서비스 장치(130)의 전반적인 제어를 담당한다. 이러한 서비스 제어부(420)는 광고 등록 장치(120)로부터 업로드 되는 광고 컨텐츠를 서비스 저장부(34)에 저장하고, 광고 DB(150)를 통해 주기적으로 집행될 광고 메타 데이터를 읽어와서 서비스 저장부(430)에 저장한다.

[126] 서비스 제어부(420)는 사용자 장치(100)로부터 서비스 통신부(410)를 통해 광고 요청을 수신하게 된다. 여기서, 광고 요청 정보는 사용자 장치 정보, 응용 프로그램 정보, 사용자 정보 중 적어도 어느 하나를 포함하여 구성될 수 있다. 특히, 본 발명의 실시예에 따라 서비스 제어부(420)는 광고 요청 시 포함된 광고 요청 정보 중 응용 프로그램 정보가 SNS 어플리케이션인 경우 SNS 연계 광고를 요청한다고 판단하고, 해당 시점에 집행될 광고 컨텐츠를 서비스 통신부(410)를 통해 사용자 장치(100)로 제공한다.

[127] 서비스 저장부(430)는 광고 DB로부터 주기적으로 읽어오는 광고 메타 데이터를 저장하고, 광고 등록 장치(120)로부터 업로드 되는 광고 컨텐츠를 저장한다. 이러한, 서비스 저장부(430)는 램, 롬, 하드디스크, 플래시 메모리, CD-ROM, DVD 뿐만 아니라, 네트워크 접근 스토리지와 같이 모든 종류의 저장 매체를 포함할 수 있다.

[128] 아울러, 본 발명의 실시예에 따른 서비스 저장부(430)는 광고 서비스 장치(130) 내 저장소일 수도 있고, 광고 서비스 장치(130) 외부에 위치하여 광고 서비스 장치(130)와 데이터 송수신이 가능한 데이터 저장 서버 등이 될 수도 있다.

[129] 상술한 바와 같은 광고 서비스 장치(130)는 하드웨어적으로는 통상적인 웹서버(Web Server) 또는 네트워크 서버와 동일한 구성을 하고 있다. 그러나, 소프트웨어적으로는 C, C++, Java, Visual Basic, Visual C 등과 같은 언어를 통하여 구현되는 프로그램 모듈(Module)을 포함한다. 광고 서비스 장치(130)는 웹서버 또는 네트워크 서버의 형태로 구현될 수 있으며, 웹서버는 일반적으로 인터넷과 같은 개방형 컴퓨터 네트워크를 통하여 불특정 다수 클라이언트 및/또는 다른 서버와 연결되어 있고, 클라이언트 또는 다른 웹서버의 작업수행 요청을 접수하고 그에 대한 작업 결과를 도출하여 제공하는 컴퓨터 시스템 및

그를 위하여 설치되어 있는 컴퓨터 소프트웨어(웹서버 프로그램)를 뜻하는 것이다. 그러나, 전술한 웹서버 프로그램 이외에도, 웹서버상에서 동작하는 일련의 응용 프로그램(Application Program)과 경우에 따라서는 내부에 구축되어 있는 각종 데이터베이스를 포함하는 넓은 개념으로 이해되어야 할 것이다. 이러한 광고 서비스 장치(130)는 일반적인 서버용 하드웨어에 도스(DOS), 윈도우(Windows), 리눅스(Linux), 유닉스(UNIX), 매킨토시(Macintosh) 등의 운영체제에 따라 다양하게 제공되고 있는 웹서버 프로그램을 이용하여 구현될 수 있으며, 대표적인 것으로는 윈도우 환경에서 사용되는 웹사이트(Website), IIS(Internet Information Server)와 유닉스환경에서 사용되는 CERN, NCSA, APPACH 등이 이용될 수 있다. 또한, 광고 서비스 장치(130)는 서비스 가입 정보를 분류하여 회원 데이터베이스(Database)에 저장시키고 관리할 수 있으며, 이러한 데이터베이스는 광고 서비스 장치(130)의 내부 또는 외부에 구현될 수 있다. 이때, 광고 서비스 장치(130) 내부에 구현되는 데이터베이스는 서비스 저장부(430)가 될 수 있다. 이러한 데이터베이스는 데이터베이스 관리 프로그램(DBMS)을 이용하여 컴퓨터 시스템의 저장공간(하드디스크 또는 메모리)에 구현된 일반적인 데이터구조를 의미하는 것으로, 데이터의 검색(추출), 삭제, 편집, 추가 등을 자유롭게 행할 수 있는 데이터 저장형태를 뜻하는 것으로, 오라클(Oracle), 인포믹스(Infomix), 사이베이스(Sybase), DB2와 같은 관계형 데이타베이스 관리 시스템(RDBMS)이나, 겜스톤(Gemston), 오리온(Orion), O2 등과 같은 객체 지향 데이타베이스 관리 시스템(OODBMS) 및 엑셀론(Excelon), 타미노(Tamino), 세카이주(Sekaiju) 등의 XML 전용 데이터베이스(XML Native Database)를 이용하여 본 실시예의 목적에 맞게 구현될 수 있고, 자신의 기능을 달성하기 위하여 적당한 필드(Field) 또는 엘리먼트들을 가질 수 있다.

[130] 더하여, 본 발명의 광고 서비스 장치(130)는 클라우드 방식으로 동작하는 하나 이상의 서버로 구현될 수 있다. 특히, 본 발명에 따른 시스템을 통해 송수신되는 정보는 인터넷 상의 클라우드 컴퓨팅 장치에 영구적으로 저장될 수 있는 클라우드 컴퓨팅(Cloud Computing) 기능을 통해 제공될 수 있다. 여기서, 클라우드 컴퓨팅은 데스크톱, 태블릿 컴퓨터, 노트북, 넷북 및 스마트폰 등의 디지털 단말기에 인터넷 기술을 활용하여 가상화된 IT(Information Technology) 자원, 예를 들어, 하드웨어(서버, 스토리지, 네트워크 등), 소프트웨어(데이터베이스, 보안, 웹 서버 등), 서비스, 데이터 등을 온 디맨드(On demand) 방식으로 서비스하는 기술을 의미한다. 본 발명에 있어서, 사용자 장치(100) 및 광고 서비스 장치(130) 사이에 송수신되는 모든 정보는 인터넷 상의 클라우드 컴퓨팅 장치에 저장되고, 언제 어디서든 전송될 수 있다.

[131] 도 5는 도 2에 도시된 인터넷 광고 서비스 장치의 일 예를 나타낸 블록도이다.

[132] 도 5를 참조하면, 도 2에 도시된 인터넷 광고 서비스 장치(210)는 인맥 수집부(510), 쇼핑 수집부(520), 광고 생성부(530) 및 저장부(540)를 포함한다.

[133] 인맥 수집부(510)는 SNS 플랫폼 서버로부터 광고를 시청할 사용자의 인맥 정보를 수집한다.

[134] 이 때, SNS 플랫폼은 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter) 및 구글플러스(Google Plus) 등의 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)일 수 있고, 인스타그램(Instagram) 및 핀터레스트(Pinterest) 등 특정 분야에 특화된 소셜 네트워크 서비스일 수도 있다.

[135] 이 때, 복수의 SNS 플랫폼이 존재할 수 있으며, 이 경우 인맥 수집부(510)는 복수의 SNS 플랫폼에서 인맥 정보를 수집할 수 있다.

[136] 이 때, 인맥 정보는, 해당 SNS 플랫폼에서 관계를 맺고 있는 사용자의 정보일 수 있다. 이 때, 관계의 유형은 한정되지 아니한다. 즉, 페이스북의 친구와 같이 양방향의 관계일수도 있고, 트위터의 팔로워와 같이 단방향의 관계일 수도 있다.

[137] 쇼핑 수집부(520)는 오픈 마켓 플랫폼 서버로부터 상기 인맥 정보에 포함된 사용자들의 쇼핑 정보를 수집한다.

[138] 이 때, 오픈 마켓 플랫폼은 판매자와 구매자가 자유롭게 상품을 사고 팔 수 있는 온라인 쇼핑몰일 때 유리하게 적용될 수 있으나, 판매자가 쇼핑몰의 운영자로 한정되는 일반적인 온라인 쇼핑몰의 경우에도 동일하게 적용될 수 있다.

[139] 이 때, 복수의 오픈 마켓 플랫폼이 존재할 수 있으며, 이 경우 쇼핑 수집부(520)는 복수의 오픈 마켓 플랫폼에서 쇼핑 정보를 수집할 수 있다.

[140] 실시예에 따라, 오픈 마켓 플랫폼의 회원 정보는 상기 SNS 플랫폼의 회원 정보를 포함할 수 있다. 따라서, 쇼핑 수집부(520)가 오픈 마켓 플랫폼의 회원과 SNS 플랫폼의 회원을 매칭하여 인맥 정보에 포함된 사용자들의 쇼핑 정보를 수집하도록 할 수 있다.

[141] 실시예에 따라, 쇼핑 정보는 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보 중 어느 하나 이상을 포함할 수 있다.

[142] 이 때, 상품을 장바구니에 담거나 위시리스트에 담은 경우, 구매를 고려했거나, 구매를 희망한 것으로 해석할 수 있기 때문에 수집할 수 있다.

[143] 실시예에 따라, 쇼핑 정보는 기설정된 기간 이내에 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보만을 포함할 수 있다.

[144] 즉, 최근의 상품을 구매했거나, 장바구니에 담았거나, 위시리스트에 담은 정보만을 수집하여 제공함으로써 광고 효과를 더욱 높일 수 있다.

[145] 예를 들어, 1달 내에 상품을 구매했거나, 장바구니에 담았거나, 위시리스트에 담은 경우에 한해 쇼핑 정보로서 수집될 수 있다.

[146] 광고 생성부(530)는 상기 쇼핑 정보에 기반하여 상품에 대한 광고를 생성한다.

[147] 실시예에 따라, 상품에 대한 광고는 광고를 시청할 사용자의 정보에 기반하여 결정된 상품에 대한 개인화된 광고일 수 있다.

[148] 이 때, 상품을 결정하기 위하여 기존에 사용되고 있는 다양한 알고리즘을 사용할 수 있다.

[149] 실시예에 따라, 광고 생성부(530)는 상기 인맥 정보에 포함된 사용자 중 상기

광고 대상 상품에 대한 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출하고, 상기 추출된 사용자에 기반하여 광고를 생성할 수 있다.

[150] 실시예에 따라, 상품에 대한 광고는 상기 추출된 사용자의 목록 및 쇼핑 정보 중 어느 하나 이상을 포함할 수 있다.

[151] 예를 들어, 광고는 광고 대상 상품을 구매하거나, 장바구니에 담았거나, 위시리스트에 추가한 사용자의 목록을 포함할 수 있다.

[152] 이 때, 해당하는 사용자가 많은 경우, 일부만을 표시할 수도 있고, 장바구니나 위시리스트에 추가한 사용자보다는 상품을 구매한 사용자를 우선적으로 표시할 수도 있다.

[153] 저장부(540)는 데이터를 저장하기 위한 장치로, 주 기억 장치 및 보조 기억 장치를 포함하고, 인터넷 광고 서비스 장치의 기능 동작에 필요한 응용 프로그램을 저장한다. 이러한 저장부(540)는 크게 프로그램 영역과 데이터 영역을 포함할 수 있다. 특히, 본 발명에 따른 저장부(540)는 상기 오픈 마켓 플랫폼에서 판매되는 상품의 식별자를 저장한다.

[154] 이 때, 저장부(540)는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체(Magnetic Media), CD-ROM(Compact Disk Read Only Memory), DVD(Digital Video Disk)와 같은 광 기록 매체(Optical Media), 플롭티컬 디스크(Floptical Disk)와 같은 자기-광 매체(Magneto-optical Media) 및 롬(Read Only Memory; ROM), 램(Random Access Memory; RAM), 플래시 메모리(Flash Memory)를 포함한다.

[155] 실시예에 따라, 광고 생성부(530)는 상기 식별자에 기반하여 상기 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출할 수 있다.

[156] 즉, 인터넷 광고 서비스 장치에서 광고 대상 상품으로 결정된 상품의, 오픈 마켓 플랫폼에서의 식별자를 조회하고, 조회된 식별자에 상응하는 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출할 수 있다.

[157] 도 6a 및 도 6b는 본 발명의 일실시예에 따른 광고 컨텐츠 화면을 나타낸 도면이다.

[158] 도 6a 및 도 6b에 대한 내용은 추후 도 10a 및 10b에서 함께 설명하도록 한다.

[159] 도 7은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고의 일 예를 나타낸 도면이다.

[160] 도 7을 참조하면, 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고는 광고 컨텐츠(710) 및 지인 쇼핑 정보(720)를 포함한다.

[161] 광고 컨텐츠(710)는 기존의 광고와 동일하게, 광고의 주된 내용이 되는 부분이다.

[162] 지인 쇼핑 정보(720)는 광고를 시청하는 사용자의 SNS 상의 지인이, 광고 대상 상품을 쇼핑한 내역을 표시한다.

[163] 도 7에는 지인 쇼핑 정보(720)가 광고 컨텐츠(710)와 중첩되어 표시되는 것으로 도시되었으나, 지인 쇼핑 정보(720)와 광고 컨텐츠(710)는 중첩되어 표시되지 아니할 수 있다. 또는, 평상시에 지인 쇼핑 정보(720)는 표시되지 아니하다가,

마우스 오버(mouse over)시, 즉 인터넷 광고 위에 마우스 커서가 위치하는 경우에 지인 쇼핑 정보(720)가 표시될 수도 있다.

[164] 이 때, 지인 쇼핑 정보(720)는 투명도를 가지고 반투명하게 표시될 수도 있다.

[165] 이 때, SNS 상의 지인은 인터넷 광고 서비스 장치가 SNS 플랫폼으로부터 광고를 시청하는 사용자의 인맥 정보를 수집하여 획득한 정보일 수 있다.

[166] 이 때, 인맥 정보는, 해당 SNS 플랫폼에서 관계를 맺고 있는 사용자의 정보일 수 있다. 이 때, 관계의 유형은 한정되지 아니한다. 즉, 페이스북의 친구와 같이 양방향의 관계일수도 있고, 트위터의 팔로워와 같이 단방향의 관계일 수도 있다.

[167] 이 때, 광고 대상 상품을 쇼핑한 내역은 인터넷 광고 서비스 장치가 오픈 마켓 플랫폼으로부터 인맥 정보에 포함된 사용자들의 쇼핑 정보를 수집하여 획득한 정보일 수 있다.

[168] 실시예에 따라, 쇼핑 정보는 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보 중 어느 하나 이상을 포함할 수 있다.

[169] 이 때, 상품을 장바구니에 담거나 위시리스트에 담은 경우, 구매를 고려했거나, 구매를 희망한 것으로 해석할 수 있기 때문에 수집할 수 있다.

[170] 실시예에 따라, 쇼핑 정보는 기설정된 기간 이내에 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보만을 포함할 수 있다.

[171] 즉, 최근의 상품을 구매했거나, 장바구니에 담았거나, 위시리스트에 담은 정보만을 수집하여 제공함으로써 광고 효과를 더욱 높일 수 있다.

[172] 예를 들어, 1달 내에 상품을 구매했거나, 장바구니에 담았거나, 위시리스트에 담은 경우에 한해 쇼핑 정보로서 수집될 수 있다.

[173] 도 7에는 광고 대상 상품에 대한 쇼핑 정보가 존재하는 사용자의 목록이 다 표시되지 아니하도록 도시되었으나, 전체 목록을 다 표시할 수 있다. 이 때, 쇼핑 정보가 존재하는 사용자가 많아 목록이 너무 긴 경우, 스크롤하며 표시될 수도 있다.

[174] 또한, 도 7에는 광고 대상 상품을 구매한 사용자만 표시되도록 도시되었으나, 광고 대상 상품을 장바구니나 위시리스트에 추가한 사용자도 함께 표시될 수도 있다.

[175] 도 8은 본 발명의 일실시예에 따른 쇼핑 정보의 일 예를 나타낸 도면이다.

[176] 도 8을 참조하면, 본 발명의 일실시예에 따른 쇼핑 정보는 SNS 플랫폼 ID(810), 상품 ID(820), 위시리스트 추가 여부(830), 위시리스트 추가일(840), 장바구니 추가 여부(850), 장바구니 추가일(860), 구매 여부(870) 및 구매일(880)을 포함한다.

[177] SNS 플랫폼 ID(810)는 광고 대상 상품에 대한 쇼핑 정보가 존재하는 사용자의 SNS 플랫폼에서의 ID이다.

[178] 이 때, 복수의 SNS 플랫폼에서 인맥 정보를 수집하는 경우, SNS 플랫폼에 상응하는 정보를 더 포함할 수 있다.

[179] 상품 ID(820)는 광고 대상 상품의 오픈 마켓 플랫폼에서의 ID이다.

[180] 이 때, 복수의 오픈 마켓 플랫폼에서 쇼핑 정보를 수집하는 경우, 오픈 마켓 플랫폼에 상응하는 정보를 더 포함할 수 있다.

[181] 위시리스트 추가 여부(830)는 SNS 플랫폼 ID(810)에 상응하는 사용자가 상품 ID(820)에 상응하는 상품을 위시리스트에 추가하였는지 여부를 나타내는 정보이다.

[182] 이 때, 위시리스트는 오픈 마켓 플랫폼에서, 바로 구매하지는 않지만 추후 구매를 고려하기 위하여 상품을 추가하고, 한번에 모아볼 수 있는 리스트일 수 있다.

[183] 위시리스트 추가일(840)은 SNS 플랫폼 ID(810)에 상응하는 사용자가 상품 ID(820)에 상응하는 상품을 위시리스트에 위시리스트에 추가한 경우, 추가된 날짜를 나타내는 정보이다.

[184] 이 때, 위시리스트에 추가되지 않은 경우, 도 4에는 위시리스트 추가일(840)이 빈칸으로 도시되었으나, 널(NULL)이나 기본값 등으로 입력될 수 있다.

[185] 장바구니 추가 여부(850)는 SNS 플랫폼 ID(810)에 상응하는 사용자가 상품 ID(820)에 상응하는 상품을 장바구니에 추가하였는지 여부를 나타내는 정보이다.

[186] 장바구니 추가일(860)은 SNS 플랫폼 ID(810)에 상응하는 사용자가 상품 ID(820)에 상응하는 상품을 장바구니에 추가한 경우, 추가된 날짜를 나타내는 정보이다.

[187] 이 때, 장바구니에 추가되지 않은 경우, 도 8에는 장바구니 추가일(860)이 빈칸으로 도시되었으나, 널(NULL)이나 기본값 등으로 입력될 수 있다.

[188] 구매 여부(870)는 SNS 플랫폼 ID(810)에 상응하는 사용자가 상품 ID(820)에 상응하는 상품을 구매하였는지 여부를 나타내는 정보이다.

[189] 구매일(880)은 SNS 플랫폼 ID(810)에 상응하는 사용자가 상품 ID(820)에 상응하는 상품을 구매한 경우, 구매한 날짜를 나타내는 정보이다.

[190] 이 때, 구매하지 않은 경우, 도 8에는 구매일(880)이 빈칸으로 도시되었으나, 널(NULL)이나 기본값 등으로 입력될 수 있다.

[191] 도 9는 본 발명의 일실시예에 따른 광고 제공 시스템에서 각 구성들 간의 신호 흐름을 나타낸 도면이다.

[192] 도 9를 참조하면, 본 발명의 일실시예에 따른 광고 제공 시스템에서의 각 구성들 간의 신호 흐름은 먼저, 광고 등록 장치(120)는 광고주들로부터 광고가 등록되면 광고 컨텐츠 즉, 광고 데이터를 광고 서비스 장치(130)로 업로드하고, 광고 DB(150)로 광고 메타 및 소재 메타 데이터를 등록한다(S900 ~ S904). 이때, 광고 메타 및 소재 메타 데이터는 이미지, 게시물 아이디 중 적어도 하나를 포함할 수 있을 것이다.

[193] 광고 서비스 장치(130)는 주기적으로 집행될 광고 메타 데이터를 광고 DB(150)로부터 읽어온다(S906).

[194] 이후, 광고 서비스 장치(130)는 사용자 장치(100)로부터 광고 요청이 있으면,

해당 시점에 집행될 광고를 송출하고, 이를 수신한 사용자 장치(100)는 수신한 광고 컨텐츠를 노출한다(S906 ~ S912).

[195] 이후, 사용자 장치(100)는 노출 로그로서 광고에 대한 사용자의 호감 버튼 클릭 정보를 로그 수집 장치(160)로 전송하고, 이를 수신한 로그 수집 장치(160)는 광고 등록 장치(120)로 노출 로그를 전달하여 DB에 저장하도록 한다(S914 ~ S916).

[196] 도 10a 및 도 10b는 본 발명의 일실시예에 따른 사용자 장치에서 소셜 네트워크 서비스와 연계된 광고 제공 과정을 나타낸 동작 흐름도이다.

[197] 그러면, 이제 도 10a, 도 10b, 도 6a 및 도 6b를 참조하여 사용자 장치(100)에서 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션과 연동하여 광고를 제공하기 위한 과정에 대하여 설명하도록 한다.

[198] 먼저, 도 10a를 참조하여 설명하면 사용자 장치(100)는 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션 실행 후 로그인을 한 상태인지를 검사한다(S1000).

[199] 만약, 로그인 하지 않은 상태라면 사용자 장치(100)는 제1 방식으로 광고 컨텐츠를 화면에 표시한다(S1002). 이때, 제1 방식이란 도 6의 (a)와 같이 "알아보기" 버튼과 같이 클릭을 유도하기 위한 버튼(610)과 클릭을 유도하는 문구(620)를 표시하는 방식이다.

[200] 이후, 사용자 장치(100)는 사용자로부터 "알아보기" 버튼 클릭 입력이 있으면, 소셜 네트워크 어플리케이션 로그인 페이지로 이동하여 사용자가 로그인 동작을 수행할 수 있도록 한다(S1004 ~ S1008).

[201] 이후, 도 10(b)를 참조하여 설명하도록 한다.

[202] 한편, 단계(S1000)에서 소셜 네트워크 서비스 어플리케이션 실행 후 로그인을 한 상태 또는 단계(S1008) 진행 후 사용자 로그인 동작을 완료한 상태라면 사용자 장치(100)는 해당 광고에 대해 이전에 "좋아요" 버튼 즉, 호감도 버튼을 클릭한 적이 있는지 검사한다(S1010).

[203] 만약, 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 있다면, 해당 광고 컨텐츠를 표시하지 않고, 광고 서비스 장치(130)로 이를 알려 다른 광고를 수신할 수 있도록 할 것이다(S1020).

[204] 하지만 만약, 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 없다면, 로그 수집 장치(160)로부터 해당 광고에 대해 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 요청하고, 수신하여 해당 광고 컨텐츠를 제2 방식으로 화면에 표시한다. 이때, 제2 방식이란 도 6의 (b)와 같이 해당 광고에 대한 호감도를 표시하기 위한 "좋아요" 버튼과 같이 호감도 버튼(630)과 해당 광고에 대한 호감을 표시한 친구 리스트(640)를 표시한다(S1014).

[205] 이후, 사용자 장치(100)는 사용자로부터 "좋아요" 버튼이 클릭되는지 검사한다(S1016).

[206] 만약, 사용자에 의해 "좋아요" 버튼이 클릭되면 로그 수집 장치(160)로 해당 광고에 대한 호감도 버튼이 클릭됨을 알린다. 즉, 사용자 장치(100)는 광고 노출

로그를 로그 수집 장치(160)로 전송하는 것이다(S1018).

[207] 또한 도면 상에는 도시하지 않았지만, 사용자에 의해 표시된 광고 컨텐츠 상에서 버튼(610, 630) 및 문구 또는 친구 리스트를 표시한 영역(620, 640)을 제외한 영역을 클릭할 경우 SNS의 광고 페이지로 랜딩을 수행하게 될 것이다.

[208] 상기한 바와 같이 본 발명은 소셜 네트워크 서비스 상에서 호감도가 높은 광고나 상품을 홍보하는 광고들을 다른 매체에 광고를 하여 좀더 신뢰도가 있는 광고에 대해 더 효율적인 광고를 하도록 하며 소셜 네트워크 서비스 상에서 인터랙티브 광고에 대한 피드백(Feedback)인 "좋아요" 를 클릭한 주변 지인들을 다른 매체에 광고를 할 때 표기함으로써 좀더 신뢰도를 높이고, "좋아요" 와 같은 흥미도가 높은 클릭요소를 모바일 광고에 삽입함으로써 광고 효과를 높이고 클릭을 유도할 수 있다.

[209] 또한, "좋아요" 를 한번 클릭한 광고 수신자의 경우 다음 번 광고가 노출될 때 광고효과가 떨어지기 때문에 좀더 효율적인 광고 효과와 광고플랫폼의 인벤토리 관리를 위해서는 "좋아요" 를 클릭한 광고 수신자에게는 광고가 더 이상한 송출되지 않도록 할 수 있다.

[210] 도 11은 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고 서비스 방법을 나타낸 동작 흐름도이다.

[211] 도 11을 참조하면, 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고 서비스 방법은 SNS 플랫폼 서버로부터 광고를 시청할 사용자의 인맥 정보를 수집한다(S1110).

[212] 이 때, SNS 플랫폼은 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter) 및 구글플러스(Google Plus) 등의 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)일 수 있고, 인스타그램(Instagram) 및 핀터레스트(Pinterest) 등 특정 분야에 특화된 소셜 네트워크 서비스일 수도 있다.

[213] 이 때, 복수의 SNS 플랫폼이 존재할 수 있으며, 이 경우 인맥 정보를 수집하는 단계는 복수의 SNS 플랫폼에서 인맥 정보를 수집할 수 있다.

[214] 이 때, 인맥 정보는, 해당 SNS 플랫폼에서 관계를 맺고 있는 사용자의 정보일 수 있다. 이 때, 관계의 유형은 한정되지 아니한다. 즉, 페이스북의 친구와 같이 양방향의 관계일수도 있고, 트위터의 팔로워와 같이 단방향의 관계일 수도 있다.

[215] 또한, 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고 서비스 방법은 오픈 마켓 플랫폼 서버로부터 상기 인맥 정보에 포함된 사용자의 쇼핑 정보를 수집한다(S1120).

[216] 이 때, 오픈 마켓 플랫폼은 판매자와 구매자가 자유롭게 상품을 사고 팔 수 있는 온라인 쇼핑몰일 때 유리하게 적용될 수 있으나, 판매자가 쇼핑몰의 운영자로 한정되는 일반적인 온라인 쇼핑몰의 경우에도 동일하게 적용될 수 있다.

[217] 이 때, 복수의 오픈 마켓 플랫폼이 존재할 수 있으며, 이 경우 쇼핑 정보를 수집하는 단계는 복수의 오픈 마켓 플랫폼에서 쇼핑 정보를 수집할 수 있다.

[218] 실시예에 따라, 오픈 마켓 플랫폼의 회원 정보는 상기 SNS 플랫폼의 회원 정보를 포함할 수 있다. 따라서, 쇼핑 정보를 수집하는 단계가 오픈 마켓 플랫폼의 회원과 SNS 플랫폼의 회원을 매칭하여 인맥 정보에 포함된

사용자들의 쇼핑 정보를 수집하도록 할 수 있다.

[219] 실시예에 따라, 쇼핑 정보는 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보 중 어느 하나 이상을 포함할 수 있다.

[220] 이 때, 상품을 장바구니에 담거나 위시리스트에 담은 경우, 구매를 고려했거나, 구매를 희망한 것으로 해석할 수 있기 때문에 수집할 수 있다.

[221] 실시예에 따라, 쇼핑 정보는 기설정된 기간 이내에 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보만을 포함할 수 있다.

[222] 즉, 최근의 상품을 구매했거나, 장바구니에 담았거나, 위시리스트에 담은 정보만을 수집하여 제공함으로써 광고 효과를 더욱 높일 수 있다.

[223] 예를 들어, 1달 내에 상품을 구매했거나, 장바구니에 담았거나, 위시리스트에 담은 경우에 한해 쇼핑 정보로서 수집될 수 있다.

[224] 또한, 본 발명의 일실시예에 따른 인터넷 광고 서비스 방법은 상기 쇼핑 정보에 기반하여 상품에 대한 광고를 생성한다(S1130).

[225] 실시예에 따라, 상품에 대한 광고는 광고를 시청할 사용자의 정보에 기반하여 결정된 상품에 대한 개인화된 광고일 수 있다.

[226] 이 때, 상품을 결정하기 위하여 기존에 사용되고 있는 다양한 알고리즘을 사용할 수 있다.

[227] 실시예에 따라, 광고를 생성하는 단계는 상기 인맥 정보에 포함된 사용자 중 상기 광고 대상 상품에 대한 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출하고, 상기 추출된 사용자에 기반하여 광고를 생성할 수 있다.

[228] 실시예에 따라, 상품에 대한 광고는 상기 추출된 사용자의 목록 및 쇼핑 정보 중 어느 하나 이상을 포함할 수 있다.

[229] 예를 들어, 광고는 광고 대상 상품을 구매하거나, 장바구니에 담았거나, 위시리스트에 추가한 사용자의 목록을 포함할 수 있다.

[230] 이 때, 해당하는 사용자가 많은 경우, 일부만을 표시할 수도 있고, 장바구니나 위시리스트에 추가한 사용자보다는 상품을 구매한 사용자를 우선적으로 표시할 수도 있다.

[231] 도 11에는 도시되지 아니하였으나, 인터넷 광고 서비스 방법은 상기 오픈 마켓 플랫폼에서 판매되는 상품의 식별자를 저장하는 단계를 더 포함할 수 있다.

[232] 실시예에 따라, 광고를 생성하는 단계는 상기 식별자에 기반하여 상기 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출할 수 있다.

[233] 즉, 인터넷 광고 서비스 장치에서 광고 대상 상품으로 결정된 상품의, 오픈 마켓 플랫폼에서의 식별자를 조회하고, 조회된 식별자에 상응하는 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출할 수 있다.

[234] 도 11에 도시된 각 단계는 도 11에 도시된 순서, 그 역순 또는 동시에 수행될 수 있다.

[235] 컴퓨터 프로그램 명령어와 데이터를 저장하기에 적합한 컴퓨터로 판독 가능한 매체는, 예컨대 기록매체는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은

자기 매체(Magnetic Media), CD-ROM(Compact Disk Read Only Memory), DVD(Digital Video Disk)와 같은 광 기록 매체(Optical Media), 플롭티컬 디스크(Floptical Disk)와 같은 자기-광 매체(Magneto-Optical Media), 및 롬(ROM, Read Only Memory), 램(RAM, Random Access Memory), 플래시 메모리, EPROM(Erasable Programmable ROM), EEPROM(Electrically Erasable Programmable ROM)과 같은 반도체 메모리를 포함한다. 프로세서와 메모리는 특수 목적의 논리 회로에 의해 보충되거나, 그것에 통합될 수 있다. 프로그램 명령의 예에는 컴파일러에 의해 만들어지는 것과 같은 기계어 코드뿐만 아니라 인터프리터 등을 사용해서 컴퓨터에 의해서 실행될 수 있는 고급 언어 코드를 포함할 수 있다. 이러한 하드웨어 장치는 본 발명의 동작을 수행하기 위해 하나 이상의 소프트웨어 모듈로서 작동하도록 구성될 수 있으며, 그 역도 마찬가지이다.

[236] 본 명세서는 다수의 특정한 구현물의 세부사항들을 포함하지만, 이들은 어떠한 발명이나 청구 가능한 것의 범위에 대해서도 제한적인 것으로서 이해되어서는 안되며, 오히려 특정한 발명의 특정한 실시형태에 특유할 수 있는 특징들에 대한 설명으로서 이해되어야 한다. 개별적인 실시형태의 문맥에서 본 명세서에 기술된 특정한 특징들은 단일 실시형태에서 조합하여 구현될 수도 있다. 반대로, 단일 실시형태의 문맥에서 기술한 다양한 특징들 역시 개별적으로 혹은 어떠한 적절한 하위 조합으로도 복수의 실시형태에서 구현 가능하다. 나아가, 특징들이 특정한 조합으로 동작하고 초기에 그와 같이 청구된 바와 같이 묘사될 수 있지만, 청구된 조합으로부터의 하나 이상의 특징들은 일부 경우에 그 조합으로부터 배제될 수 있으며, 그 청구된 조합은 하위 조합이나 하위 조합의 변형물로 변경될 수 있다.

[237] 마찬가지로, 특정한 순서로 도면에서 동작들을 묘사하고 있지만, 이는 바람직한 결과를 얻기 위하여 도시된 그 특정한 순서나 순차적인 순서대로 그러한 동작들을 수행하여야 한다거나 모든 도시된 동작들이 수행되어야 하는 것으로 이해되어서는 안 된다. 특정한 경우, 멀티태스킹과 병렬 프로세싱이 유리할 수 있다. 또한, 상술한 실시형태의 다양한 시스템 컴포넌트의 분리는 그러한 분리를 모든 실시형태에서 요구하는 것으로 이해되어서는 안되며, 설명한 프로그램 컴포넌트와 시스템들은 일반적으로 단일의 소프트웨어 제품으로 함께 통합되거나 다중 소프트웨어 제품에 패키징 될 수 있다는 점을 이해하여야 한다.

[238] 한편, 본 명세서와 도면에 개시된 본 발명의 실시 예들은 이해를 돕기 위해 특정 예를 제시한 것에 지나지 않으며, 본 발명의 범위를 한정하고자 하는 것은 아니다. 여기에 개시된 실시 예들 이외에도 본 발명의 기술적 사상에 바탕을 둔 다른 변형 예들이 실시 가능하다는 것은, 본 발명이 속하는 기술분야에서 통상의 지식을 가진 자에게 자명한 것이다.

산업상 이용가능성

[239] 본 발명은 사용자 장치 및 광고 등록 장치와의 통신을 수행하고, 광고 등록 장치로부터 업로드 되는 광고 컨텐츠를 저장하고, 광고 데이터베이스를 통해 주기적으로 집행될 광고 메타 데이터를 읽어와서 저장하고, 사용자 장치로부터 서비스 통신부를 통해 SNS 연계 광고 요청을 수신하면 해당 시점에 집행될 광고 컨텐츠를 서비스 통신부를 통해 사용자 장치로 제공할 수 있고, 메타 데이터를 SNS 게시물 아이디를 포함하고, 사용자 장치로 제공하는 광고 컨텐츠는 SNS 게시물 아이디를 포함할 수 있다. 나아가, 제공되는 광고에 대한 신뢰도를 높이고 클릭률을 높임으로써 광고제품에 대한 구매율 상승에 도움이 될 수 있다.

청구범위

[청구항 1] 광고 서비스 장치와 로그 수집 장치와 통신을 위한 통신부;
광고 컨텐츠를 출력하는 출력부;
사용자 조작에 따른 입력 신호를 발생하는 입력부; 및
소셜 네트워크 서비스(SNS) 어플리케이션 실행 시 광고 출력이 필요할 시 상기 통신부를 통해 상기 광고 서비스 장치로 광고를 요청하고, 상기 광고 서비스 장치로부터 광고 컨텐츠가 수신되면 상기 SNS 로그인 여부에 따라 로그인 상태인 경우 상기 로그 수집 장치를 통해 수신한 광고에 대한 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 제공받아 상기 출력부를 통해 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 표시하고, 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 해당 광고 컨텐츠에 대한 사용자의 호감도를 알리기 위한 호감도 버튼을 함께 표시하도록 제어하는 제어부
를 포함하는 것을 특징으로 하는 사용자 장치.

[청구항 2] 청구항 1에 있어서,
상기 제어부는
상기 SNS 로그인 여부에 따라 로그인 상태인 경우 상기 광고 컨텐츠에 포함된 SNS 게시물 아이디 정보를 이용하여 상기 로그 수집 장치를 통해 사용자가 해당 광고에 대해 이전에 호감도 버튼에 대한 클릭 여부를 확인하고, 호감도 버튼을 클릭한 경우 상기 수신한 광고 컨텐츠를 표시하지 않고, 상기 통신부를 통해 상기 광고 서비스 장치로 다른 광고를 요청하는 것을 특징으로 하는 사용자 장치.

[청구항 3] 청구항 1에 있어서,
상기 광고 컨텐츠가 수신된 후 상기 SNS 로그인이 안된 상태인 경우 클릭을 유도하기 위한 알아보기 버튼과 클릭을 유도하는 문구를 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 표시하도록 제어하는 것을 특징으로 하는 사용자 장치.

[청구항 4] 사용자 장치 및 광고 등록 장치와의 통신을 위한 서비스 통신부; 및
상기 광고 등록 장치로부터 업로드 되는 광고 컨텐츠를 저장하고, 광고 데이터베이스(DB)를 통해 주기적으로 집행될 광고 메타 데이터를 읽어와서 저장하고, 상기 사용자 장치로부터 상기 서비스 통신부를 통해 SNS 연계 광고 요청을 수신하면 해당 시점에 집행될 광고 컨텐츠를 상기 서비스 통신부를 통해 상기 사용자 장치로 제공하는 서비스 제어부
를 포함하고,
상기 메타 데이터는

SNS 게시물 아이디를 포함하고, 상기 사용자 장치로 제공하는 광고 컨텐츠는 상기 SNS 게시물 아이디를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 서비스 장치.

[청구항 5] 광고가 등록되면 SNS 게시물 아이디 정보를 포함하는 메타 데이터를 광고 데이터베이스에 등록하고, 광고 컨텐츠를 광고 서비스 장치로 업로드 시키는 광고 등록 장치;
상기 광고 등록 장치로부터 전송되는 SNS 게시물 아이디 정보를 포함하는 메타 데이터를 저장하는 광고 데이터베이스(DB);
상기 광고 등록 장치로부터 업로드 되는 광고 컨텐츠를 저장하고, 상기 광고 DB를 통해 주기적으로 집행될 광고 메타 데이터를 읽어와서 저장하고, 사용자 장치로부터 SNS 연계 광고 요청을 수신하면 해당 시점에 집행될 광고 컨텐츠를 사용자 장치로 제공하는 광고 서비스 장치;
소셜 네트워크 서비스(SNS) 어플리케이션 실행 시 광고 출력이 필요할 시 상기 광고 서비스 장치로 광고를 요청하고, 상기 광고 서비스 장치로부터 광고 컨텐츠가 수신되면 상기 SNS 로그인 여부에 따라 로그인 상태인 경우 상기 로그 수집 장치를 통해 수신한 광고에 대한 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 제공받아 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 표시하고, 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 해당 광고 컨텐츠에 대한 사용자의 호감도를 알리기 위한 호감도 버튼을 함께 표시하고, 상기 SNS 로그인이 안된 상태인 경우 클릭을 유도하기 위한 알아보기 버튼과 클릭을 유도하는 문구를 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 표시하고, 호감도 버튼 클릭 정보를 포함하는 노출 로그 정보를 로그 수집 장치로 전송하는 사용자 장치; 및
상기 사용자 장치로부터 전송되는 노출 로그 정보가 수신되면 상기 광고 등록 장치로 상기 노출 로그 정보를 전달하는 로그 수집 장치
를 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공 시스템.

[청구항 6] SNS 플랫폼 서버로부터 광고를 시청할 사용자의 인맥 정보를 수집하는 인맥 수집부;
오픈 마켓 플랫폼 서버로부터 상기 인맥 정보에 포함된 사용자들의 쇼핑 정보를 수집하는 쇼핑 수집부; 및
상기 쇼핑 정보에 기반하여 상품에 대한 광고를 생성하는 광고 생성부
를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 장치.

[청구항 7] 청구항 6에 있어서,
상기 인터넷 광고 서비스 장치는

상기 오픈 마켓 플랫폼에서 판매되는 상품의 식별자를 저장하는 저장부
를 더 포함하고,
상기 광고 생성부는
상기 식별자에 기반하여 상기 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 장치.

[청구항 8] 청구항 6에 있어서,
상기 오픈 마켓 플랫폼의 회원 정보는
상기 SNS 플랫폼의 회원 정보를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 장치.

[청구항 9] 청구항 6에 있어서,
상기 쇼핑 정보는
상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보 중 어느 하나 이상을 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 장치.

[청구항 10] 청구항 9에 있어서,
상기 쇼핑 정보는
기설정된 기간 이내에 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보만을 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 장치.

[청구항 11] 사용자 장치는, 소셜 네트워크 서비스(SNS) 어플리케이션 실행에 따라 광고 서비스 장치로 광고를 요청한 후 광고 컨텐츠가 수신되면, SNS 로그인 상태를 검사하는 과정;
상기 검사 결과 로그인한 상태라면 상기 수신한 광고 컨텐츠를 표시하는 화면 내에 해당 광고에 대해 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 있는지 검사하는 과정; 및
상기 검사결과 만약, 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 없다면, 로그 수집 장치로부터 해당 광고에 대해 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 요청하고, 수신하여 해당 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 해당 광고에 대한 호감도를 표시하기 위한 호감도 버튼과 해당 광고에 대한 호감을 표시한 친구 리스트를 표시하는 과정을 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공을 위한 방법.

[청구항 12] 청구항 11에 있어서,
상기 광고 제공을 위한 방법은
사용자로부터 호감도 버튼이 클릭되는지 검사하는 과정;
사용자에 의해 상기 호감도 버튼이 클릭되면 해당 광고에 대한 호감도 버튼이 클릭됨을 알리는 정보를 포함하는 노출 로그를 상기 로그 수집 장치로 전송하는 과정; 및

사용자에 의해 상기 광고 컨텐츠 표시 화면 상에서 호감도 버튼 및 친구 리스트를 표시한 영역을 제외한 영역을 클릭할 경우 SNS의 광고 페이지로 랜딩을 수행하는 과정
을 더 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공을 위한 방법.

[청구항 13] 청구항 11에 있어서,
상기 광고 제공을 위한 방법은
상기 해당 광고에 대해 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 있는지 검사하는 과정 수행 후,
만약, 이전에 호감도 버튼을 클릭한 적이 있다면, 상기 수신한 광고 컨텐츠를 표시하지 않고, 상기 광고 서비스 장치로 다른 광고를 요청하는 과정
을 더 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공을 위한 방법.

[청구항 14] 청구항 11에 있어서,
상기 광고 제공을 위한 방법은
상기 광고 컨텐츠가 수신되면, SNS 로그인 상태를 검사하는 과정 수행 후,
SNS 로그인 하지 않은 상태라면 상기 수신한 광고 컨텐츠를 표시하는 화면 내에 클릭을 유도하기 위한 알아보기 버튼과 클릭을 유도하는 문구를 표시하는 과정;
사용자에 의해 상기 알아보기 버튼이 클릭되면, SNS 로그인 페이지로 이동하는 과정; 및
사용자에 의해 로그인 동작이 수행되면, 로그 수집 장치로부터 해당 광고에 대해 호감도 버튼을 클릭한 친구 리스트를 요청하고, 수신하여 해당 광고 컨텐츠 표시 화면 내에 해당 광고에 대한 호감도를 표시하기 위한 호감도 버튼과 해당 광고에 대한 호감을 표시한 친구 리스트를 표시하는 과정
을 더 포함하는 것을 특징으로 하는 광고 제공을 위한 방법.

[청구항 15] SNS 플랫폼 서버로부터 광고를 시청할 사용자의 인맥 정보를 수집하는 단계;
오픈 마켓 플랫폼 서버로부터 상기 인맥 정보에 포함된 사용자의 쇼핑 정보를 수집하는 단계; 및
상기 쇼핑 정보에 기반하여 상품에 대한 광고를 생성하는 단계
를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 방법.

[청구항 16] 청구항 15에 있어서,
상기 인터넷 광고 서비스 방법은
상기 오픈 마켓 플랫폼에서 판매되는 상품의 식별자를 저장하는 단계
를 더 포함하고,

상기 광고를 생성하는 단계는 상기 식별자에 기반하여 상기 쇼핑 정보가 존재하는 사용자를 추출하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 방법.

[청구항 17] 청구항 15에 있어서,
상기 오픈 마켓 플랫폼의 회원 정보는
상기 SNS 플랫폼의 회원 정보를 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 방법.

[청구항 18] 청구항 15에 있어서,
상기 쇼핑 정보는
상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보 중 어느 하나 이상을 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 방법.

[청구항 19] 청구항 18에 있어서,
상기 쇼핑 정보는
기설정된 기간 이내에 상품을 구매한 정보, 상품을 장바구니에 담은 정보 및 상품을 위시리스트에 담은 정보만을 포함하는 것을 특징으로 하는 인터넷 광고 서비스 방법.

[청구항 20] 청구항 11 내지 19 중 어느 한 항에 기재된 방법을 실행하기 위한 프로그램이 기록된 컴퓨터에서 판독 가능한 기록매체.

[Fig. 1]

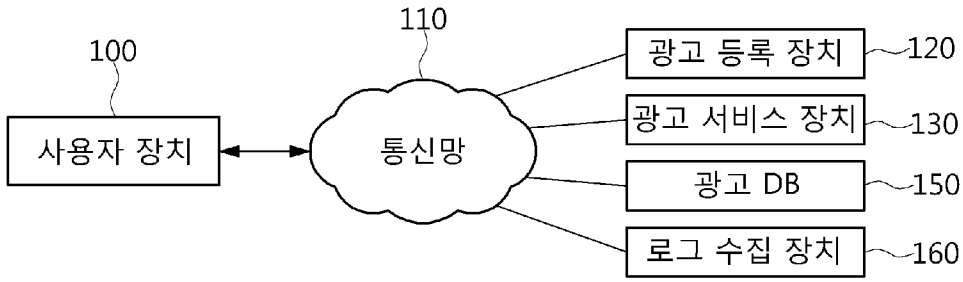


FIG. 1

[Fig. 2]

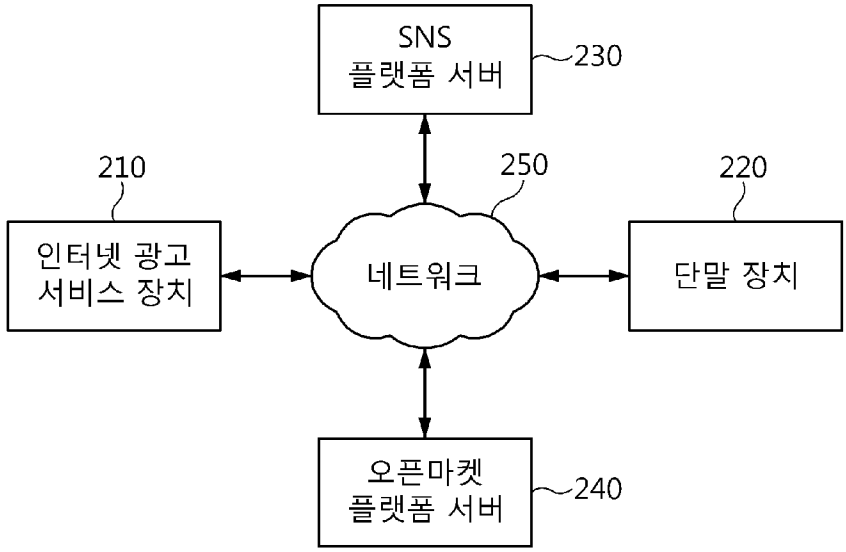


FIG. 2

[Fig. 3]

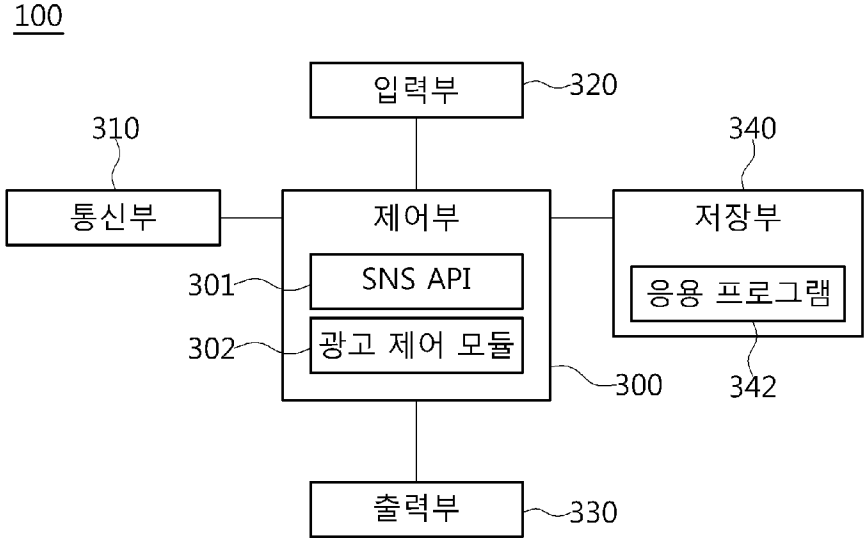


FIG. 3

[Fig. 4]

130



FIG. 4

[Fig. 5]

210

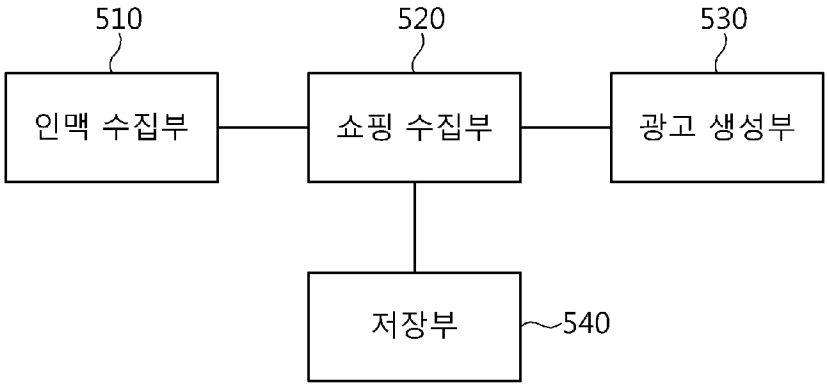


FIG. 5

[Fig. 6a]

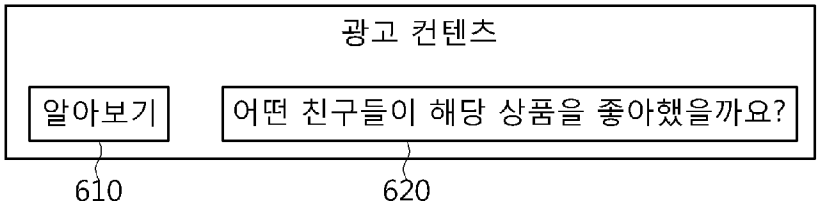


FIG. 6A

[Fig. 6b]

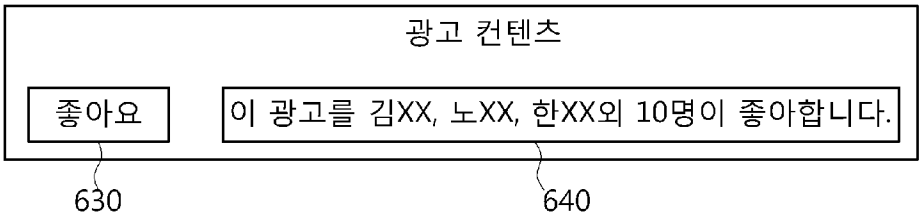


FIG. 6B

[Fig. 7]

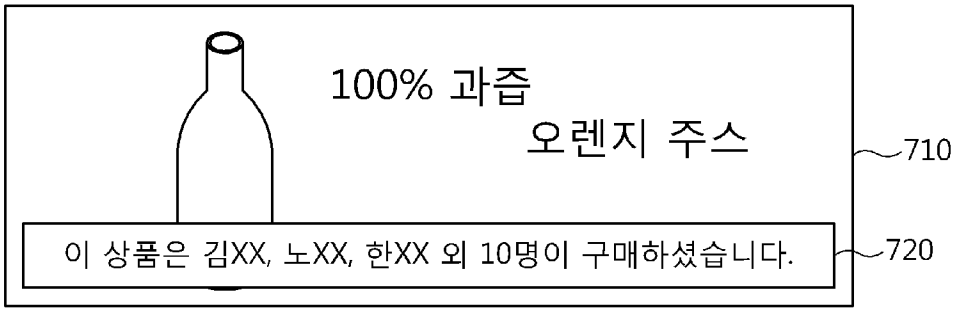
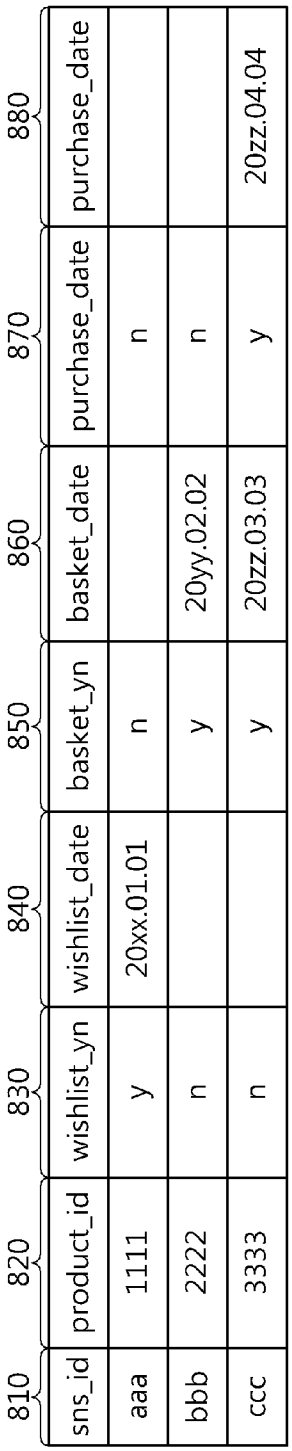


FIG. 7

[Fig. 8]



810 sns_id	820 product_id	830 wishlist_yn	840 wishlist_date	850 basket_yn	860 basket_date	870 purchase_date	880 purchase_date
aaa	1111	y	20xx.01.01	n		n	
bbb	2222	n		y	20yy.02.02	n	
ccc	3333	n		y	20zz.03.03	y	20zz.04.04

FIG. 8

[Fig. 9]

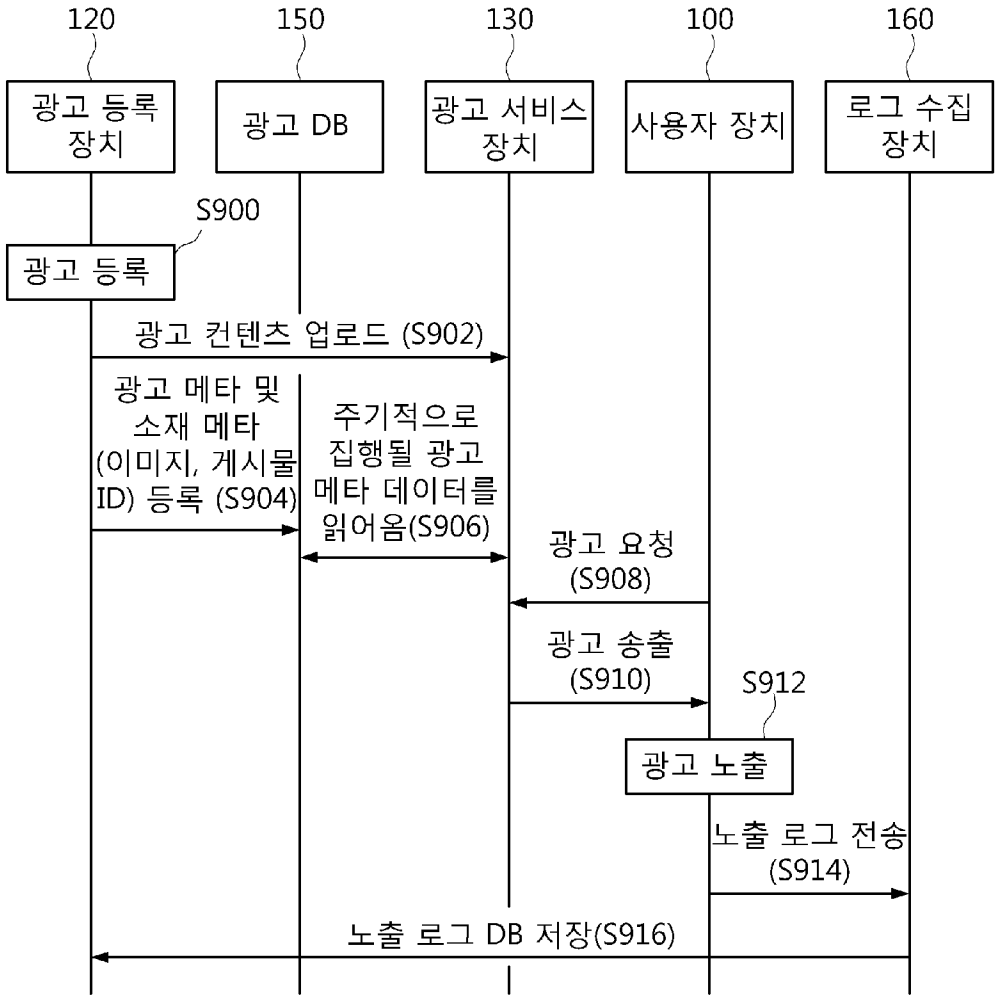

120
150
130
100
160
광고 등록 장치
광고 DB
광고 서비스 장치
사용자 장치
로그 수집 장치
S900
광고 등록
광고 컨텐츠 업로드 (S902)
광고 메타 및 소재 메타 (이미지, 게시물 ID) 등록 (S904)
주기적으로 집행될 광고 메타 데이터를 읽어옴(S906)
광고 요청 (S908)
광고 송출 (S910)
S912
광고 노출
노출 로그 전송 (S914)
노출 로그 DB 저장(S916)

FIG. 9

[Fig. 10a]

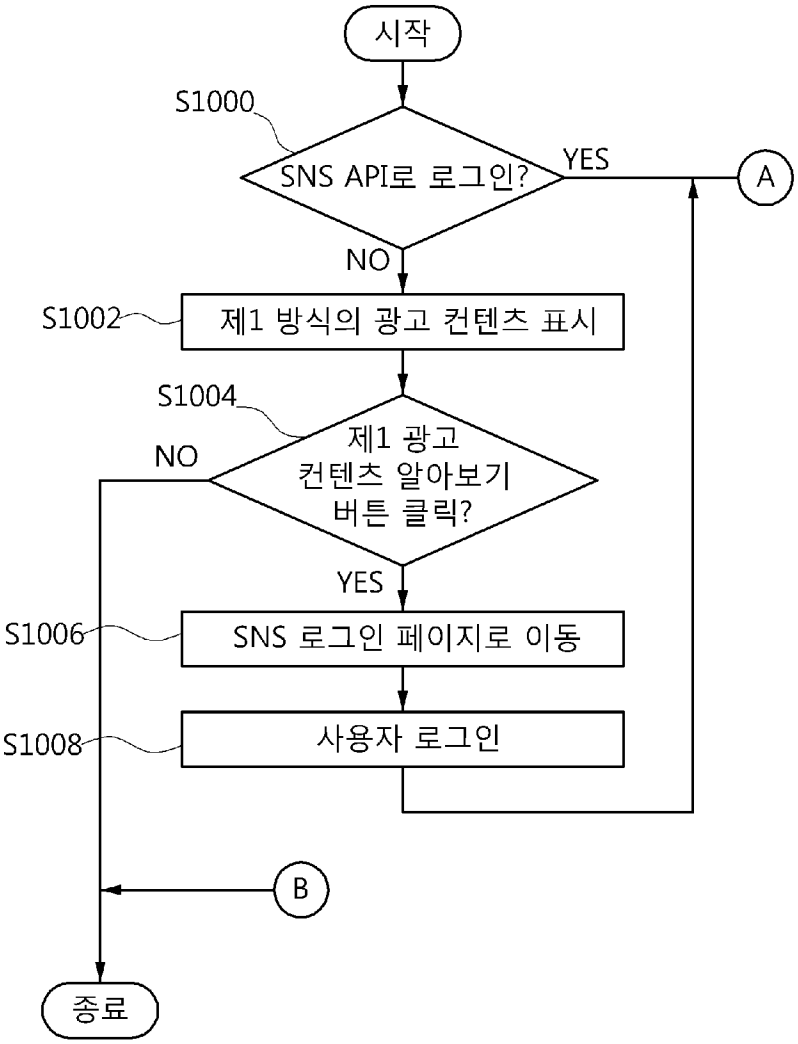


FIG. 10A

[Fig. 10b]

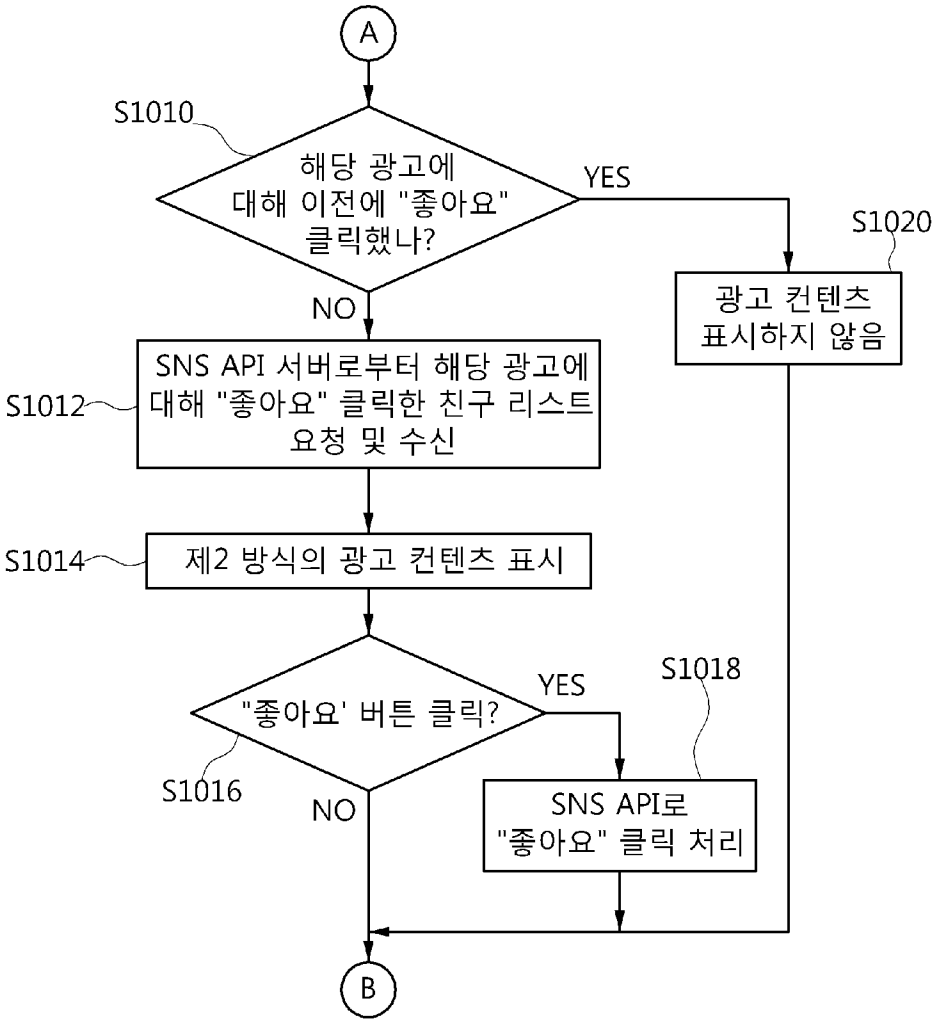


FIG. 10B

[Fig. 11]

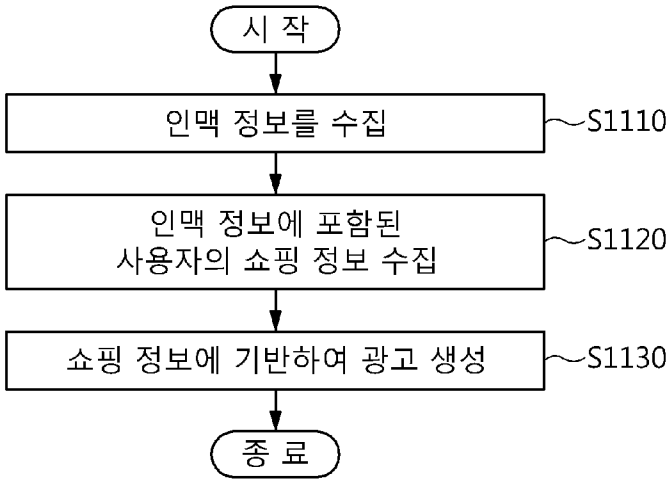


FIG. 11

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.
PCT/KR2014/011189

A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER

G06Q 30/02(2012.01)i

According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC

B. FIELDS SEARCHED

Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)

G06Q 30/02; G06Q 50/30; G06Q 50/30; G06F 3/00; G06Q 30/00; G06Q 90/00; G06Q 30/06

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched
Korean Utility models and applications for Utility models
Japanese Utility models and applications for Utility models

Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used)

eKOMPASS (KIPO internal) & Keywords: social network, advertisement, preference, personal connections

C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
X	KR 10-2014-0020910 A (FACEBOOK, INC.) 19 February 2014 See abstract, paragraphs [0016]-[0017], [0023], [0025], claims 1-2, 23 and figures 3-5.	1,3-5
Y		2,11-14
X	KR 10-2013-0012273 A (SK PLANET CO., LTD.) 04 February 2013 See abstract, paragraph [0044], claims 1-2, 4, 8-9 and figures 2-4.	6-10,15-20
Y	US 2008-0134039 A1 (FISCHER, Donald et al.) 05 June 2008 See abstract, claims 1-7, 9 and figure 4.	2,11-14
A	US 2010-0228558 A1 (CORCORAN, Sean D. et al.) 09 September 2010 See abstract, claims 1-2, 5 and figures 3-5.	1-20
A	KR 10-2012-0119813 A (SK PLANET CO., LTD.) 31 October 2012 See abstract, claims 1-2, 7-8 and figures 7-8.	1-20

☐ Further documents are listed in the continuation of Box C. ☒ See patent family annex.

* Special categories of cited documents:
"A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance
"E" earlier application or patent but published on or after the international filing date
"L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)
"O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means
"P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed
"T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention
"X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone
"Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art
"&" document member of the same patent family

Date of the actual completion of the international search	Date of mailing of the international search report
26 FEBRUARY 2015 (26.02.2015)	**26 FEBRUARY 2015 (26.02.2015)**
Name and mailing address of the ISA/**KR** Korean Intellectual Property Office Government Complex-Daejeon, 189 Seonsa-ro, Daejeon 302-701, Republic of Korea Facsimile No. 82-42-472-7140	Authorized officer Telephone No.

Form PCT/ISA/210 (second sheet) (July 2009)

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.
PCT/KR2014/011189

Box No. II Observations where certain claims were found unsearchable (Continuation of item 2 of first sheet)

This international search report has not been established in respect of certain claims under Article 17(2)(a) for the following reasons:

1. ☐ Claims Nos.:
because they relate to subject matter not required to be searched by this Authority, namely:

2. ☐ Claims Nos.:
because they relate to parts of the international application that do not comply with the prescribed requirements to such an extent that no meaningful international search can be carried out, specifically:

3. ☐ Claims Nos.:
because they are dependent claims and are not drafted in accordance with the second and third sentences of Rule 6.4(a).

Box No. III Observations where unity of invention is lacking (Continuation of item 3 of first sheet)

This International Searching Authority found multiple inventions in this international application, as follows:

I. Claims 1-5 and 11-14 pertain to a system, a device and a method for allowing people having personal connections to receive an advertisemental preference when the people express a preference for an advertisement.
II. Claims 6-10 and 15-20 pertain to a device and a method for displaying purchase lists of acquaintances together with advertisements, and a recording medium.

1. ☐ As all required additional search fees were timely paid by the applicant, this international search report covers all searchable claims.

2. ☒ As all searchable claims could be searched without effort justifying additional fees, this Authority did not invite payment of additional fees.

3. ☐ As only some of the required additional search fees were timely paid by the applicant, this international search report covers only those claims for which fees were paid, specifically claims Nos.:

4. ☐ No required additional search fees were timely paid by the applicant. Consequently, this international search report is restricted to the invention first mentioned in the claims; it is covered by claims Nos.:

Remark on Protest

☐ The additional search fees were accompanied by the applicant's protest and, where applicable, the payment of a protest fee.

☐ The additional search fees were accompanied by the applicant's protest but the applicable protest fee was not paid within the time limit specified in the invitation.

☐ No protest accompanied the payment of additional search fees.

International application No.
PCT/KR2014/011189

Patent document cited in search report	Publication date	Patent family member	Publication date
KR 10-2014-0020910 A	19/02/2014	CA 2825976 A1	13/09/2012
		CN 103415865 A	27/11/2013
		JP 2014-509021 A	10/04/2014
		US 2012-0232998 A1	13/09/2012
		WO 2012-121908 A1	13/09/2012
KR 10-2013-0012273 A	04/02/2013	NONE	
US 2008-0134039 A1	05/06/2008	US 8060827 B2	15/11/2011
US 2010-0228558 A1	09/09/2010	NONE	
KR 10-2012-0119813 A	31/10/2012	NONE	

국 제 조 사 보 고 서

국제출원번호
PCT/KR2014/011189

A. 발명이 속하는 기술분류(국제특허분류(IPC))

G06Q 30/02(2012.01)i

B. 조사된 분야

조사된 최소문헌(국제특허분류를 기재)
G06Q 30/02; G06Q 50/30; G06Q 50/30; G06F 3/00; G06Q 30/00; G06Q 90/00; G06Q 30/06

조사된 기술분야에 속하는 최소문헌 이외의 문헌
한국등록실용신안공보 및 한국공개실용신안공보
일본등록실용신안공보 및 일본공개실용신안공보

국제조사에 이용된 전산 데이터베이스(데이터베이스의 명칭 및 검색어(해당하는 경우))
eKOMPASS(특허청 내부 검색시스템) & 키워드: 소셜 네트워크, 광고, 호감도, 인맥

C. 관련 문헌

카테고리*	인용문헌명 및 관련 구절(해당하는 경우)의 기재	관련 청구항
X	KR 10-2014-0020910 A (페이스북, 인크.) 2014.02.19 요약, 단락 [0016]-[0017], [0023], [0025], 청구항 1-2, 23 및 도면 3-5 참조.	1,3-5
Y		2,11-14
X	KR 10-2013-0012273 A (에스케이플래닛 주식회사) 2013.02.04 요약, 단락 [0044], 청구항 1-2, 4, 8-9 및 도면 2-4 참조.	6-10,15-20
Y	US 2008-0134039 A1 (DONALD FISCHER et al.) 2008.06.05 요약, 청구항 1-7, 9 및 도면 4 참조.	2,11-14
A	US 2010-0228558 A1 (SEAN D. CORCORAN et al.) 2010.09.09 요약, 청구항 1-2, 5 및 도면 3-5 참조.	1-20
A	KR 10-2012-0119813 A (에스케이플래닛 주식회사) 2012.10.31 요약, 청구항 1-2, 7-8 및 도면 7-8 참조.	1-20

☐ 추가 문헌이 C(계속)에 기재되어 있습니다.

☒ 대응특허에 관한 별지를 참조하십시오.

* 인용된 문헌의 특별 카테고리:

"A" 특별히 관련이 없는 것으로 보이는 일반적인 기술수준을 정의한 문헌

"E" 국제출원일보다 빠른 출원일 또는 우선일을 가지나 국제출원일 이후에 공개된 선출원 또는 특허 문헌

"L" 우선권 주장에 의문을 제기하는 문헌 또는 다른 인용문헌의 공개일 또는 다른 특별한 이유(이유를 명시)를 밝히기 위하여 인용된 문헌

"O" 구두 개시, 사용, 전시 또는 기타 수단을 언급하고 있는 문헌

"P" 우선일 이후에 공개되었으나 국제출원일 이전에 공개된 문헌

"T" 국제출원일 또는 우선일 후에 공개된 문헌으로, 출원과 상충하지 않으며 발명의 기초가 되는 원리나 이론을 이해하기 위해 인용된 문헌

"X" 특별한 관련이 있는 문헌. 해당 문헌 하나만으로 청구된 발명의 신규성 또는 진보성이 없는 것으로 본다.

"Y" 특별한 관련이 있는 문헌. 해당 문헌이 하나 이상의 다른 문헌과 조합하는 경우로 그 조합이 당업자에게 자명한 경우 청구된 발명은 진보성이 없는 것으로 본다.

"&" 동일한 대응특허문헌에 속하는 문헌

국제조사의 실제 완료일	국제조사보고서 발송일
2015년 02월 26일 (26.02.2015)	2015년 02월 26일 (26.02.2015)

ISA/KR의 명칭 및 우편주소
대한민국 특허청
(302-701) 대전광역시 서구 청사로 189,
4동 (둔산동, 정부대전청사)
팩스 번호 ++82 42 472 3473

심사관
최상원
전화번호 +82-42-481-8291

국 제 조 사 보 고 서

국제출원번호
PCT/KR2014/011189

제2기재란 일부 청구항을 조사할 수 없는 경우의 의견(첫 번째 용지의 2의 계속)

PCT 제17조(2)(a)의 규정에 따라 다음과 같은 이유로 일부 청구항에 대하여 본 국제조사보고서가 작성되지 아니하였습니다.

1. ☐ 청구항:
이 청구항은 본 기관이 조사할 필요가 없는 대상에 관련됩니다. 즉,

2. ☐ 청구항:
이 청구항은 유효한 국제조사를 수행할 수 없을 정도로 소정의 요건을 충족하지 아니하는 국제출원의 부분과 관련됩니다. 구체적으로는,

3. ☐ 청구항:
이 청구항은 종속청구항이나 PCT규칙 6.4(a)의 두 번째 및 세 번째 문장의 규정에 따라 작성되어 있지 않습니다.

제3기재란 발명의 단일성이 결여된 경우의 의견(첫 번째 용지의 3의 계속)

본 국제조사기관은 본 국제출원에 다음과 같이 다수의 발명이 있다고 봅니다.

I. 청구항 제1항 내지 제5항 및 제11항 내지 제14항은 광고에 대한 호감도를 표현했을 때 해당 호감도를 인맥과 관련된 사람들이 수신하도록 하는 시스템, 장치 및 방법에 관한 것입니다.
II. 청구항 제6항 내지 제10항 및 제15항 내지 제20항은 지인들의 구매내역을 광고와 함께 표시하는 장치, 방법 및 기록매체에 관한 것입니다.

1. ☐ 출원인이 모든 추가수수료를 기간 내에 납부하였으므로, 본 국제조사보고서는 모든 조사 가능한 청구항을 대상으로 합니다.

2. ☒ 추가수수료 납부를 요구하지 않고도 모든 조사 가능한 청구항을 조사할 수 있었으므로, 본 기관은 추가수수료 납부를 요구하지 아니하였습니다.

3. ☐ 출원인이 추가수수료의 일부만을 기간 내에 납부하였으므로, 본 국제조사보고서는 수수료가 납부된 청구항만을 대상으로 합니다. 구체적인 청구항은 아래와 같습니다.

4. ☐ 출원인이 기간 내에 추가수수료를 납부하지 아니하였습니다. 따라서 본 국제조사보고서는 청구범위에 처음 기재된 발명에 한정되어 있으며, 해당 청구항은 아래와 같습니다.

이의신청에 관한 기재

☐ 출원인의 이의신청 및 이의신청료 납부(해당하는 경우)와 함께 추가수수료가 납부되었습니다.

☐ 출원인의 이의신청과 함께 추가수수료가 납부되었으나 이의신청료가 보정요구서에 명시된 기간 내에 납부되지 아니하였습니다.

☐ 이의신청 없이 추가수수료가 납부되었습니다.

국제조사보고서
대응특허에 관한 정보

국제출원번호
PCT/KR2014/011189

국제조사보고서에서 인용된 특허문헌	공개일	대응특허문헌	공개일
KR 10-2014-0020910 A	2014/02/19	CA 2825976 A1	2012/09/13
		CN 103415865 A	2013/11/27
		JP 2014-509021 A	2014/04/10
		US 2012-0232998 A1	2012/09/13
		WO 2012-121908 A1	2012/09/13
KR 10-2013-0012273 A	2013/02/04	없음	
US 2008-0134039 A1	2008/06/05	US 8060827 B2	2011/11/15
US 2010-0228558 A1	2010/09/09	없음	
KR 10-2012-0119813 A	2012/10/31	없음	