

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 公表特許公報(A)

(11) 特許出願公表番号

特表2007-507752

(P2007-507752A)

(43) 公表日 平成19年3月29日(2007.3.29)

(51) Int. Cl.		F I		テーマコード (参考)
G09F 19/00	(2006.01)	G09F 19/00	Z	
G06Q 30/00	(2006.01)	G06F 17/60	3 2 6	

審査請求 有 予備審査請求 未請求 (全 34 頁)

(21) 出願番号	特願2006-534004 (P2006-534004)	(71) 出願人	505108270
(86) (22) 出願日	平成16年9月27日 (2004. 9. 27)		グーグル、インコーポレイテッド
(85) 翻訳文提出日	平成18年6月5日 (2006. 6. 5)		アメリカ合衆国、カリフォルニア州 94
(86) 国際出願番号	PCT/US2004/031707		043、マウンテン・ビュー、アンフィシ
(87) 国際公開番号	W02005/034064		アター・パークウェイ 1600
(87) 国際公開日	平成17年4月14日 (2005. 4. 14)	(74) 代理人	100058479
(31) 優先権主張番号	10/676, 369		弁理士 鈴江 武彦
(32) 優先日	平成15年10月1日 (2003. 10. 1)	(74) 代理人	100091351
(33) 優先権主張国	米国 (US)		弁理士 河野 哲
		(74) 代理人	100088683
			弁理士 中村 誠
		(74) 代理人	100108855
			弁理士 蔵田 昌俊
		(74) 代理人	100075672
			弁理士 峰 隆司

最終頁に続く

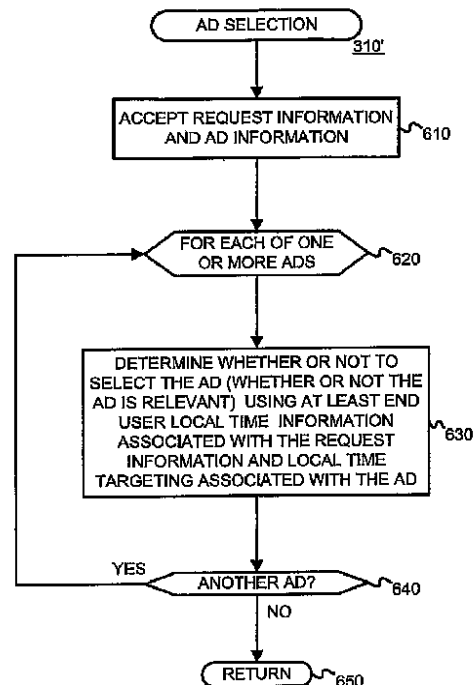
(54) 【発明の名称】 広告システムにおけるエンドユーザー現地時間情報の決定及び／又は使用

(57) 【要約】

【課題】 広告システムにおけるエンドユーザー現地時間情報の決定及び／又は使用

【解決手段】

広告の有用性、そしてその結果としてのパフォーマンスは、該広告を所有する広告主が該広告に反応するオーディエンスをターゲットとして特定する上での精度を上げることによって向上させることができる。エンドユーザー現地時間情報（例えば、(a) 現地時刻、(b) 現地時刻帯、(c) 現地日付、(d) 現地曜日、(e) 現地日付範囲、(f) 現地曜日範囲、及び(g) 現地季節のうち少なくとも1つ）が決定されて（又は単純に受け入れられて）使用される。例えば、エンドユーザー現地時間情報は、広告の関連性決定において使用することができる。もう1つの例として、エンドユーザー現地時間情報は、属性（位置、等）裁定において使用することができる。該エンドユーザー現地時間情報は、価格情報（例えば、最大価格入札）と関連させることができる。該エンドユーザー現地時間情報は、広告パフォーマンス情報と関連させることができる。広告パフォーマンス情



【特許請求の範囲】

【請求項 1】

要求に関する広告の関連性を決定する方法であって、

- a) 前記要求と関連された対象現地時間情報を受け入れることと、
- b) 前記要求と関連された前記受け入れられた対象現地時間情報を、前記広告と関連された対象現地時間ターゲット特定情報と比較することと、
- c) 少なくとも前記比較を用いて前記広告の前記関連性を決定すること、とを具備する方法。

【請求項 2】

前記要求は、検索言葉をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定する前記行為は、前記広告及び前記検索言葉と関連されたキーワードターゲット特定の比較をさらに使用する、請求項 1 に記載の方法。 10

【請求項 3】

前記要求は、ドキュメント関連性情報をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定する前記行為は、広告関連性情報及び前記ドキュメント関連性情報の比較をさらに使用する、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 4】

前記対象現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び (g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 1 に記載の方法。 20

【請求項 5】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 6】

前記要求は、検索言葉をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定する前記行為は、前記広告及び前記検索言葉と関連されたキーワードターゲット特定の比較をさらに使用する、請求項 5 に記載の方法。

【請求項 7】

前記要求は、ドキュメント関連性情報をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定する前記行為は、広告関連性情報及び前記ドキュメント関連性情報の比較をさらに使用する、請求項 5 に記載の方法。 30

【請求項 8】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び (g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 5 に記載の方法。

【請求項 9】

広告の点数を決定する方法であって、 40

- a) 要求と関連された対象現地時間情報を受け入れることと、
- b) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間価格情報を有するかどうかを決定することと、
- c) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間価格情報を有すると決定された場合は、少なくとも前記対象現地時間価格情報を用いて前記点数を決定すること、とを具備する方法。

【請求項 10】

前記対象現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び (g) 少 50

なくとも1つの現地季節のうち少なくとも1つを含む、請求項9に記載の方法。

【請求項11】

点数を決定する前記行為は、少なくとも広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項9に記載の方法。

【請求項12】

点数を決定する前記行為は、少なくとも対象現地時間広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項9に記載の方法。

【請求項13】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項5に記載の方法。

10

【請求項14】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a)少なくとも1つの現地時刻、(b)少なくとも1つの現地時刻帯、(c)少なくとも1つの現地日付、(d)少なくとも1つの現地曜日、(e)少なくとも1つの現地日付範囲、(f)少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g)少なくとも1つの現地季節のうち少なくとも1つを含む、請求項13に記載の方法。

【請求項15】

点数を決定する前記行為は、少なくとも広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項13に記載の方法。

【請求項16】

点数を決定する前記行為は、少なくともエンドユーザー現地時間広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項13に記載の方法。

20

【請求項17】

広告の点数を決定する方法であって、

a) 要求と関連された対象現地時間情報を受け入れることと、

b) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間パフォーマンス情報を有するかどうかを決定することと、

c) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間パフォーマンス情報を有すると決定された場合は、少なくとも前記対象現地時間パフォーマンス情報を用いて前記点数を決定すること、とを具備する方法。

30

【請求項18】

前記対象現地時間情報は、(a)少なくとも1つの現地時刻、(b)少なくとも1つの現地時刻帯、(c)少なくとも1つの現地日付、(d)少なくとも1つの現地曜日、(e)少なくとも1つの現地日付範囲、(f)少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g)少なくとも1つの現地季節のうち少なくとも1つを含む、請求項17に記載の方法。

【請求項19】

点数を決定する前記行為は、少なくとも広告価格情報をさらに使用する、請求項17に記載の方法。

【請求項20】

点数を決定する前記行為は、少なくとも対象現地時間広告価格情報をさらに使用する、請求項17に記載の方法。

40

【請求項21】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項17に記載の方法。

【請求項22】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a)少なくとも1つの現地時刻、(b)少なくとも1つの現地時刻帯、(c)少なくとも1つの現地日付、(d)少なくとも1つの現地曜日、(e)少なくとも1つの現地日付範囲、(f)少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g)少なくとも1つの現地季節のうち少なくとも1つを含む、請求項21に記載の方法。

50

【請求項 23】

点数を決定する前記行為は、少なくとも広告価格情報をさらに使用する、請求項 21 に記載の方法。

【請求項 24】

点数を決定する前記行為は、少なくともエンドユーザー現地時間広告価格情報をさらに使用する、請求項 21 に記載の方法。

【請求項 25】

要求に関する広告の関連性を決定する装置であって、

- a) 前記要求と関連された対象現地時間情報を受け入れるための入力部と、
- b) 前記要求と関連された前記受け入れられた対象現地時間情報を、前記広告と関連された対象現地時間ターゲット特定情報と比較するための手段と、
- c) 少なくとも前記比較を用いて前記広告の前記関連性を決定するための手段と、を具備する装置。

【請求項 26】

前記要求は、検索言葉をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定するための前記手段は、前記広告及び前記検索言葉と関連されたキーワードターゲット特定の比較をさらに使用する、請求項 25 に記載の装置。

【請求項 27】

前記要求は、ドキュメント関連性情報をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定するための前記手段は、広告関連性情報及び前記ドキュメント関連性情報の比較をさらに使用する、請求項 25 に記載の装置。

【請求項 28】

前記対象現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び (g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 25 に記載の装置。

【請求項 29】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項 25 に記載の装置。

【請求項 30】

前記要求は、検索言葉をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定するための前記手段は、前記広告及び前記検索言葉と関連されたキーワードターゲット特定の比較をさらに使用する、請求項 29 に記載の装置。

【請求項 31】

前記要求は、ドキュメント関連性情報をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定するための前記手段は、広告関連性情報及び前記ドキュメント関連性情報の比較をさらに使用する、請求項 29 に記載の装置。

【請求項 32】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び (g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 29 に記載の装置。

【請求項 33】

広告の点数を決定するための装置であって、

- a) 要求と関連された対象現地時間情報を受け入れるための入力部と、
- b) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間価格情報を有するかどうかを決定するための手段と、
- c) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間価格情報を有すると決定された場合は、少なくとも前記対象現地時間価格情報を用いて前記点数を

決定するための手段と、を具備する装置。

【請求項 3 4】

前記対象現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び(g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 3 3 に記載の装置。

【請求項 3 5】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項 3 3 に記載の装置。

【請求項 3 6】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも対象現地時間広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項 3 3 に記載の装置。

【請求項 3 7】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項 3 3 に記載の装置。

【請求項 3 8】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び(g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 3 7 に記載の装置。

【請求項 3 9】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項 3 7 に記載の装置。

【請求項 4 0】

点数を決定するための前記手段は、少なくともエンドユーザー現地時間広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項 3 7 に記載の装置。

【請求項 4 1】

点数を決定するための装置であって、

- a) 要求と関連された対象現地時間情報を受け入れるための入力部と、
- b) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間パフォーマンス情報を有するかどうかを決定するための手段と、
- c) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間パフォーマンス情報を有すると決定された場合は、少なくとも前記対象現地時間パフォーマンス情報を用いて前記点数を決定するための手段と、を具備する装置。

【請求項 4 2】

前記対象現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び(g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 4 1 に記載の装置。

【請求項 4 3】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも広告価格情報をさらに使用する、請求項 4 1 に記載の装置。

【請求項 4 4】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも対象現地時間広告価格情報をさらに使用する、請求項 4 1 に記載の装置。

【請求項 4 5】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項 4 1 に記載の装置。

【請求項 4 6】

10

20

30

40

50

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a)少なくとも1つの現地時刻、(b)少なくとも1つの現地時刻帯、(c)少なくとも1つの現地日付、(d)少なくとも1つの現地曜日、(e)少なくとも1つの現地日付範囲、(f)少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g)少なくとも1つの現地季節のうち少なくとも1つを含む、請求項45に記載の装置。

【請求項47】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも広告価格情報をさらに使用する、請求項45に記載の装置。

【請求項48】

点数を決定するための前記手段は、少なくともエンドユーザー現地時間広告価格情報をさらに使用する、請求項45に記載の装置。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

本発明は、広告に関するものである。本発明は、より具体的には、エンドユーザー現地時間情報(現地時刻、現地曜日、現地日付、及び/又は現地季節情報であり、本出願明細書においては一般性を失うことなしに一般的に「時間情報」と呼ばれている)を用いた広告の向上に関するものである。

【背景技術】

【0002】

テレビ、ラジオ、新聞及び雑誌、等の伝統的な媒体を用いた広告はよく知られている。しかしながら、残念なことに、広告主は、人口統計学上の研究結果及びこれらの媒体の様々な市場における典型的なオーディエンスに関する完全に合理的な想定事項に基づいた広告である場合においてさえも、自己の広告予算の多くは無駄使用であるにすぎないということ認識している。更に、これらの無駄遣いを特定して排除することは非常に困難である。

【0003】

最近では、これまでよりも双方向性の高い媒体を通じた広告が主流になってきている。例えば、インターネット利用者数が爆発的に増加してきているのに伴い、広告主は、インターネットを通じて提供される媒体及びサービスを潜在的に強力な広告手段として高く評価

【0004】

広告主は、これまで広告の価値の最大化を試みて幾つかの戦略を構築している。1つの戦略においては、広告主は、多数のオーディエンスに到達するための媒介として、双方向型の媒体またはサービスを提供する人気のある存在または手段(本出願明細書においては一般性を失うことなしに「ウェブサイト」と呼ばれている)を利用する。広告主は、この第1の手法を用いることによって、例えばニューヨークタイムズウェブサイトのホームページ又はUSAトゥデイのウェブサイト、等に広告を掲載することができる。もう1つの戦略においては、広告主は、より狭い範囲のすきまのオーディエンスにターゲットを絞り、それによって、オーディエンスから良い反応が得られる確率を高くしようとする。例えば、

【0005】

上記の戦略にもかかわらず、ウェブサイトに基づく広告(「ウェブ広告」とも呼ばれる)は、「バナー広告」(グラフィックな要素を含む長方形のボックス)の形態で広告対象オーディエンスに示されるのが一般的である。該広告対象オーディエンスの一人(本出願明細書においては、一般性を失うことなしに「閲覧者」又は「ユーザー」と呼ばれている)がこれらのバナー広告の1つをクリックすることによって該バナー広告を選択時には、一般的には、埋め込まれているハイパーテキストリンクが該閲覧者を広告主のウェブサイト

10

20

30

40

50

ジャンプさせる。閲覧者が広告を選択するこのプロセスは、一般的には「クリックスルー」と呼ばれている(「クリックスルー」は、ユーザーによるあらゆる選択を網羅することが意図されている)。更に、広告のクリックスルー数とインプレッション数(1件の広告の表示回数又はその他の形による提供回数)の比は、広告の「クリックスルー率」又は「CTR」と一般的に呼ばれている。

【0006】

ユーザーが以前に提供された広告に関連する1つのトランザクションを完遂させた時点で「コンバージョン」が発生したと言われる。コンバージョンを構成する要素は、各々の事例ごとに異なり、様々な方法で決定することができる。例えば、ユーザーが広告をクリックし、広告主のウェブページにジャンプし、該ウェブページを去る前に購入を完遂させたときにコンバージョンが発生する。代替として、コンバージョンとは、広告を見せられたユーザーが予め決められた期間(例えば7日)内に該広告の広告主のウェブページ上において購入を行うことであると定義することができる。更に、もう1つの代替においては、コンバージョンとは、測定可能な/観察可能なユーザーの行動(ホワイトペーパーのダウンロード、ウェブサイトの少なくとも所定の深さまでナビゲートする、少なくともある一定の数のウェブページを閲覧する、少なくとも予め決められた長さの時間をウェブサイト上又はウェブページ上で費やす、等)であると広告主は定義することができる。更に、ユーザーの行動が購入完遂行動ではない場合でも、該ユーザーが成約見込み者になり得ることがしばしばある。しかしながら、コンバージョンを構成するユーザーの行動は、この定義に限定されるわけではない。実際、コンバージョンの構成要素に関してはその他の数多くの定義が可能である。広告のコンバージョン数とインプレッション数の比は、一般的にはコンバージョンレートと呼ばれている。例えば、コンバージョンは、ある1つの広告が提供されて以降の予め決められた時間内に発生できると定義した場合は、コンバージョンレートに関して可能な1つの定義として、過去に予め決められた時間以上をわたって提供されている広告しか考慮することができないと定義することもできる。

10

20

【0007】

広告が掲載されるウェブサイトのホスト(「ウェブサイトホスト」又は「広告消費者」(ad consumer)と呼ばれる)は、自己のユーザーの経験を損なわずに広告収入を最大化させるという難題を有している。一部のウェブサイトホストは、ユーザーの関心よりも広告収入を重視することを選択している。1つの該ウェブサイトは、“Over
ture.com”であり、ユーザーの照会に回答した「検索結果」であることを装った広告を戻す自称「検索エンジン」サービスのホストである。Over
ture.comウェブサイトは、広告主が広告料を支払うことによって自己のウェブサイト(即ち、ターゲットのウェブサイト)に関する広告を自称検索結果リストの上位に掲載することを認めている。広告主はユーザーが広告をクリックした場合にしか広告料を支払わない該方式(即ち、1クリック当たりのコスト)が実行された場合には、ターゲットが適切に特定されていない広告はクリックされず、このため支払いを行う必要がないため、自己の広告のターゲットを有効に特定しようとするインセンティブが広告主にない。従って、1クリック当たりのコストが高い広告は最上位又はその近くに掲載されるが、閲覧者はこれらの広告をクリックしないため広告発行者にとっては必ずしも真の収入に結び付かない。更に、閲覧者がクリックする広告は検索結果リストの下位に掲載されるか又はまったく掲載されないため、広告の意味が失われることになる。

30

40

【0008】

検索エンジン(Google、等)は、広告主が自己の広告のターゲットを絞ることによって、問い合わせが行われたときに自己の広告に関連すると推測される検索結果ページと共に自己の広告が提供されるようにすることを可能にしている。検索結果ページは、自己の広告をより受け入れやすいオーディエンスにターゲットを特定することができる大きな機会を広告主に提供するが、検索結果ページは、ワールドワイドウェブのページ閲覧のほんの一部であるにすぎない。

【0009】

50

一部のオンライン広告システムは、広告関連性情報及びドキュメントコンテンツ関連性情報（概念、話題、特徴ベクトル、等）を用いることによって、コンテンツを含むドキュメント（ウェブページ、等）に広告を「マッチ」させる（及び/又は該ドキュメントに関する広告に点数を付ける）ことができる。

【0010】

上記の広告提供システムは、キーワードをターゲットとして特定するシステム（検索問い合わせ内に存在する言葉を用いて広告のターゲットを特定する場合）及びコンテンツをターゲットとして特定するシステム（ドキュメントのコンテンツを用いて広告のターゲットを特定する場合）であると考えられることができる。キーワードターゲット特定広告システム及びコンテンツターゲット特定広告システムは、広告の有用性、そしてその結果としての広告のパフォーマンス（例えば、クリックスルー率、コンバージョンレート、等を基準にしたパフォーマンス）を向上させているが、大きな改良の余地が依然として存在している。該改良は、より良いターゲット特定を行うことによってその実現を期待することができる。

10

【0011】

いくつかの広告サーバー（入札管理ツール、等）は、広告主が時刻ごとの広告ターゲット特定を指定することを可能にする。このことは、広告ターゲットの特定をある程度向上させる。しかしながら、残念なことに、時刻別広告ターゲット特定技術は、広告の提供を決定する際に固定された時間帯を使用する。このため、これらの企業が検索問い合わせ又はウェブページに関連する広告を有している場合でも、検索結果、ウェブページまたはウェブページコンテンツを閲覧するエンドユーザーが好ましい時間枠の外側に存在する場合は、これらの広告はそれほど役に立たないおそれがあり、さらにはパフォーマンスも良くないおそれがある。

20

【0012】

例えば、ある1つの全国的規模の宅配業者が翌日配達のために深夜まで集荷し、ほとんどの競合会社は現地時間の午後8時までしか集荷しない例を検討することにする。このような全国的規模の宅配業者がインターネット上における広告を希望する場合には、午後7時30分から午後11時55分まで（又は、ユーザーが午後8時の集荷時限に間に合わすことはできないが深夜12時の集荷時限に間に合わすことができるはずである時間に対応するその他の時刻帯に）自社の広告を掲載することによって同社が得られる価値は、（午後8時以降は競争の激しさが弱くなり、顧客はその日は該宅配業者のサービスを利用することが見込まれるため）午前9時から午後7時29分まで自社の広告を提供することの価値よりも大きくなると思われる。しかしながら、深夜12時以降については、当日に配達する必要があるエンドユーザーに対するサービスを競争相手と差別化できないため、該宅配業者が深夜12時以降に広告を掲載することによって得られる価値は急低下することになる。この例においては、広告を掲載する価値は、該広告が提供されるエンドユーザーにとっての時間に依存することに注目すること。例えば、深夜までの集荷を売り込む広告は、午前1時30分である東海岸のエンドユーザーにとってはほとんど価値がないかもしれないが、午後10時30分である西海岸のユーザーにとっては非常に大きな価値がある。しかしながら、固定された時間帯を単に用いて時刻を決定する場合は、このような大きな価値の差を広告提供の際に利用することができない。

30

40

【0013】

もう1つの例として、広告主は、オーディエンスの現地時間が既知である場合のみに関連するオーディエンス人口統計数字を用いることを望むことができる。例えば、広告主は、多くの人々が昼食時間中にインターネットを利用して個人的な品目を探すことが人口統計研究によって示されている場合は、平日の昼食時間中に自社の広告の点数を増やすことができる。広告サーバー（又は入札マネージャ）が山地標準時時間帯に所在すると仮定すると、山地標準時午前10時30分には、太平洋標準時ではまだ午前9時30分であるが、東部時間では午後12時30分である。従って、山地標準時午前10時30分には、広告主は、東海岸のエンドユーザーに対する自社の広告の点数を増やすことができるが西海

50

岸のエンドユーザーに関する点数を増やすことは望めない。

【発明の開示】

【発明が解決しようとする課題】

【0014】

上記に鑑みて、広告の有用性、そしてその結果としての広告のパフォーマンスを向上させる必要がある。特に、各企業が反応の良いオーディエンスに自社の広告のターゲットを絞ることを可能にする必要がある。

【課題を解決するための手段】

【0015】

本発明は、広告の有用性、そしてその結果としての広告のパフォーマンスを向上させるものである。本発明は、各企業が自社の広告のターゲットを反応の良いオーディエンスにより適切に絞ることを可能にするものである。本発明は、エンドユーザー現地時間情報を決定及び使用することによって該向上および該より良いターゲット特定を可能にすることができる。

【0016】

本発明は、広告の関連性点数を決定時にエンドユーザー現地時間情報を使用する。

【0017】

その代替として、又はそれに加えて、本発明は、属性（位置、等）に関する裁定においてエンドユーザー現地時間情報を使用することができる。該エンドユーザー現地時間情報は、価格情報（広告主が指定した結果（例えば、広告インプレッション、広告選択、広告コンバージョン、等）に関して進んで支払う最大価格、等）と関連させることができる。更に、該エンドユーザー現地時間情報は、広告パフォーマンス情報と関連させることができる。

【0018】

その代替として、又はその追加として、本発明は、エンドユーザー現地時間情報に基づいてと広告パフォーマンス情報を追跡することができる。本発明は、この現地時間パフォーマンス情報を使用することで、広告の点数を増やすために（広告主の同意を得て）価格情報（広告主が進んで支払う最大価格、等）を自動的に調整することができる。

【0019】

その代替として、又はその追加として、本発明は、エンドユーザー現地時間情報を用いて、広告クリエイティブのコンテンツ、及び/又はランディングページのコンテンツを選択又は修正することができる。例えば、エンドユーザー現地時間情報を広告クリエイティブ内に挿入することができる。もう1つの例として、異なったコンテンツを有する異なったランディングページを、異なったエンドユーザー現地時間ごとに使用することができる。

【0020】

本発明は、エンドユーザー現地時間情報（例えば、ターゲット特定に用いられるエンドユーザー現地時間情報及びエンドユーザー現地時間に依存する価格情報、等）を入力すること及び/又は修正することを可能にするツール（ユーザーインタフェース、等）も提供する。

【発明を実施するための最良の実施形態】

【0021】

本発明は、広告システムにおいてエンドユーザー現地時間情報を入手及び使用するための斬新な方法、装置、メッセージフォーマット及び/又はデータ構造を含むことができる。以下の説明は、当業者が本発明を製造及び使用することを可能にするのを目的とするものであり、特定の用途及びその要件の観点で示されている。開示された実施形態は様々な修正及び変更が可能であることが当業者に明確になり、更に、下記の一般原理はその他の実施形態及び用途に対しても応用可能である。従って、本発明は、示されている実施形態に限定することを意図するものではなく、更に、本発明の発明者は、本発明が特許権を取得可能な主題であるとみなしている。

10

20

30

40

50

【 0 0 2 2 】

以下では、本発明が動作することができる環境、又は本発明が動作時に並存することができる環境が第 4 . 1 項において説明されている。本発明の典型的実施形態が第 4 . 2 項において説明されている。最後に、本発明に関する幾つかの結論が第 4 . 3 項に示されている。

【 0 0 2 3 】

4 . 1 本発明が動作可能な環境又は本発明が動作時に並存することができる環境

4 . 1 . 1 典型的広告環境

図 1 は、広告環境を示した高位概略図である。該環境は、広告を入力、維持及び引き渡すシステム（以下単に広告サーバーと呼ぶ）1 2 0 を含む。広告主 1 1 0 は、直接または間接的に、システム 1 2 0 内に広告情報を入力すること、及びシステム 1 2 0 において広告情報を維持及び追跡することができる。広告は、グラフィック広告（いわゆるバナー広告）、テキストのみの広告、画像広告、音声広告、映像広告、これらの構成要素のうちのいずれかを 1 つ以上組み合わせた広告、等の形態をとることができる。更に、該広告は、埋め込まれた情報（リンク、等）及び / 又は機械によって実行可能な命令を含むこともできる。広告消費者 1 3 0 は、広告要求をシステム 1 2 0 に出すこと、自己の要求に対応した広告をシステム 1 2 0 から受け取ること、及び使用情報をシステム 1 2 0 に提供することができる。更に、広告消費者 1 3 0 以外のエンティティが広告要求を開始させることができる。図示されていないが、その他のエンティティは、使用情報（広告に関連するコンバージョン又はクリックスルーが発生しているかどうか、等）をシステム 1 2 0 に提供することができる。更に、この使用情報は、提供されている広告に関連する測定された又は観察されたユーザーの行動を含むことができる。

10

20

【 0 0 2 4 】

広告サーバー 1 2 0 は、"SERVING ADVERTISEMENTS BASED ON CONTENT"（コンテンツに基づく広告の提供）という題名を有しており更にダレル・アンダーソン、ポール・ブチェイト、アレックス・キャロパス、クレール・キューイ、ジェフリー A . ディーン、ジョージ R . ハリク、ディーパック・ジन्दル、及びナラヤナン・シバクマルを発明者として記載する米国特許出願一連番号 No . 1 0 / 3 7 5 , 9 0 0 （出願日：2 0 0 3 , 2 月 2 6 日）（本出願明細書において参照することによって本出願明細書に組み入れられている）の図 2 において説明されている広告サーバーと同様であることができる。広告プログラムは、アカウント、キャンペーン、クリエイティブ、ターゲット特定、等に関する情報を含むことができる。「アカウント」は、所定の広告主に関する情報（一意の電子メールアドレス、パスワード、課金情報、等）に関わる用語である。「キャンペーン」又は「広告キャンペーン」は、1 つ以上の広告から成る 1 つ以上のグループを意味しており、開始日、終了日、予算情報、ジオターゲティング情報、エンドユーザー現地時間情報、シンジケーション情報、等を含む。例えば、ホンダは、自社の自動車製品に関する 1 つの広告キャンペーン、及び自社の自動二輪製品に関する別個の広告キャンペーンを展開することができる。更に、自動車製品に関するキャンペーンは、各々が 1 つ以上の広告を含む 1 つ以上の広告グループを有している。各広告グループは、ターゲット特定情報（一組のキーワード、一組の 1 つ以上の話題、等）及び価格情報（最大コスト（1 回のクリックスルー当たりのコスト、1 回のコンバージョン当たりのコスト、等）を含むことができる。その代替として、又はその追加として、各広告グループは、平均コスト（1 回のクリックスルー当たりの平均コスト、1 回のコンバージョン当たりの平均コスト、等）を含むことができる。従って、単一の最大コスト及び / 又は単一の平均コストを、1 つ以上のキーワード及び / 又は話題と関連させることができる。既述のように、各広告グループは、1 つ以上の広告又は「クリエイティブ」（即ち、究極的にエンドユーザーに提供される広告コンテンツ）を有することができる。更に、各広告は、URL（広告主のホームページ等のランディングウェブページ、又は特定の商品又はサービスと関連されたウェブページ、等）へのリンクを含むことができる。本発明と一致する形で、広告情報は、エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報、エンドユーザー現地時間パフォーマンス情報、及び / 又はエンドユーザ

30

40

50

一現地時間価格情報を含むことができる。当然のことであるが、広告情報はこれよりも多くの情報又はこれよりも少ない情報を含むことができ、更に、いくつかの異なった方法で構成することができる。

【0025】

図2は、本発明を使用できる環境200を例示した図である。ユーザーデバイス(「クライアント」又は「クライアントデバイス」とも呼ばれる)250は、ブラウザ機能(マイクロソフトのExplorerブラウザ、ノルウェーのオペラ・ソフトウェア社のOpera Web Browser、又はAOL/Time WarnerのNavigatorブラウザ、等)、電子メール機能(マイクロソフトのOutlook、等)、又はコンテンツ閲覧のために用いられるその他のソフトウェアアプリケーション又はハードウェア装置を含むことができる。検索エンジン220は、ユーザーデバイス250が、ドキュメント(ウェブページ、等)の集合を検索することを可能にする。コンテンツサーバー210は、ユーザーデバイス250がドキュメントにアクセスすることを可能にする。電子メールサーバー(マイクロソフトネットワークのホットメール、ヤフーメール、等)240は、電子メール機能をユーザーデバイス250に提供するために使用される。広告サーバー210は、ユーザーデバイス250に広告を提供するために使用される。更に、広告は、検索エンジン220によって提供された検索結果と関連させて提供することができる。しかしながら、コンテンツ関連広告は、コンテンツサーバー230によって提供されるコンテンツ、及び/又は電子メールサーバー240及び/又はユーザーデバイス電子メール機能によってサポートされる電子メールと関連させて提供することができる。

10

20

【0026】

米国特許出願一連番号10/375,900(上述)において説明されているように、広告は、コンテンツサーバーによって提供されるドキュメントをターゲットにすることができる。従って、広告消費者130の一例は、ドキュメント(記事、ディスカッションスレッド、音楽、映像、グラフィック、検索結果、ウェブページリスト、等)の要求を受け取り、該要求に対応して要求ドキュメントを検索するか又はその他の形で該要求に対応する汎用コンテンツサーバー230である。コンテンツサーバー230は、広告サーバー120/210に広告要求を出すことができる。該広告要求は、希望される複数の広告を含むことができる。更に、該広告要求は、ドキュメント要求情報を含むことができる。この情報は、ドキュメント自体(ページ、等)、ドキュメントのコンテンツ又はドキュメント要求に対応するカテゴリ又は話題(芸術、ビジネス、コンピュータ、芸術-映画、芸術-音楽、等)、ドキュメント要求の一部又は全体、コンテンツの日付、コンテンツの種類(テキスト、グラフィックス、映像、音声、組合せ媒体、等)、ジオロケーション情報、エンドユーザー現地時間情報、ドキュメント情報、等を含むことができる。更に、該要求は、本発明と一致する形で、エンドユーザー現地時間情報、又は、少なくとも、エンドユーザー現地時間情報を導き出すか又は推定することができる情報も含むことができる。

30

【0027】

コンテンツサーバー230は、要求されたドキュメントを、広告サーバー120/210によって提供された広告のうちの1つ以上の広告と組み合わせる。次に、ドキュメントコンテンツ及び広告を含むこの組合せ情報が、ユーザーに提示するために、該ドキュメントを要求したエンドユーザーデバイス250に向けて送られる。最後に、コンテンツサーバー230は、広告に関する情報と、広告の提供方法、提供日時(エンドユーザー現地時間情報、等)、及び/又は提供場所に関する情報(掲載位置、クリックスルーの有無、インプレッション時間、インプレッション日、サイズ、コンバージョンの有無、等)を、広告サーバー120/210に戻す。その代替として、又はその追加として、該情報は、その他のいくつかの手段によって広告サーバー120/210に戻すことができる。広告120/210は、本発明と一致する形で、エンドユーザー現地時間情報に基づいて広告パフォーマンス情報を保存することができる。

40

【0028】

広告消費者130のもう1つの例は、検索エンジン220である。検索エンジン220

50

は、検索結果に関する問い合わせを受け取る。検索エンジン 220 は、該問い合わせに対応して、関連する検索結果を（例えばウェブページ索引、等から）検索する。オーストラリアのブリスベンで開催された第 7 回国際 WWW 会議において S . プリン及び L . ページによって発表された、"The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Search Engine"（大規模なハイパーテキスト検索エンジンの解剖）という題名の論文、及び米国特許 No . 6 , 2 8 5 , 9 9 9 において、1 つの典型的な検索エンジンが説明されている（これらの参考文献は、本出願明細書において参照することによって本出願明細書に組み入れられている）。該検索結果は、例えば、ウェブページタイトルを記載したリスト、これらのウェブページから抜粋された断片的なテキスト、及びこれらのウェブページへのハイパーテキストリンクを含むことができ、更に、予め決められた数の（例えば 1 0 の）検索結果に分割することができる。

【0029】

検索エンジン 220 は、広告要求を広告サーバー 120 / 210 に出すことができる。該広告要求は、希望される複数の広告を含むことができる。この数は、検索結果、検索結果によって占有される画面面積又はページスペース、広告のサイズと形、等に依存する。一実施形態においては、希望される広告数は、1 乃至 1 0 であり、更に、好ましいことに 3 乃至 5 である。広告要求は、問い合わせ（入力された問い合わせ又は構文解析された問い合わせ）、該問い合わせに基づいた情報（エンドユーザー現地時間情報、ジオロケーション情報、該問い合わせがアフィリエイトからのものであるかどうか、及び該アフィリエイトの識別子、等）、及び / 又は、検索結果に関係するか又は検索結果に基づいた情報も含むことができる。該情報は、例えば、検索結果に関連する識別子（ドキュメント識別子又は "docID"、等）、検索結果に関連する点数（問い合わせ及びドキュメントに対応する特徴ベクトルのドット積、等の情報検索（"IR"）点数、ページランク点数、及び / 又は IR 点数とページランク点数の組合せ、等）、識別されたドキュメント（ウェブページ、等）から抜粋された一部のテキスト、識別されたドキュメントの全テキスト、識別されたドキュメントの話題、識別されたドキュメントの特徴ベクトル、等を含むことができる。更に、該要求は、本発明と一致する形で、エンドユーザー現地時間情報（例えば、検索問い合わせを行ったエンドユーザーに関するエンドユーザー現地時間情報）、又は該エンドユーザー現地時間情報を導き出すか又は推定することができる情報も含むことができる。

【0030】

検索エンジン 220 は、検索結果を、広告サーバー 120 / 210 によって提供された広告のうちの 1 つ以上の広告と組み合わせることができる。次に、検索結果と広告を含むこの組合せ情報は、検索を要求したユーザーに対して提示するために、該ユーザーに向けて送られる。好ましいことに、これらの検索結果は、有料広告及び中立的と推測される検索結果のいずれであるかについてユーザーを混乱させないようにするために、広告とは異なる情報として維持される。

【0031】

最後に、検索エンジン 220 は、広告に関する情報と、広告の提供日時（エンドユーザー現地時間、等）、提供場所（ジオロケーション、等）、及び / 又は提供方法に関する情報（位置、クリックスルーの有無、インプレッション時間、インプレッション日、サイズ、コンバージョンの有無、等）を広告サーバー 120 / 210 に戻す。その代替として、又はその追加として、該情報は、その他のいくつかの手段によって広告サーバー 120 / 210 に戻すことができる。広告サーバー 120 / 210 は、本発明と一致する形で、エンドユーザー現地時間情報に基づいて広告パフォーマンス情報を保存することができる。

【0032】

最後に、電子メールサーバー 240 は、一般的には、提供されるドキュメントが単なる電子メールであるコンテンツサーバーであると考えられることができる。更に、電子メールアプリケーション（マイクロソフトの Outlook、等）を用いて電子メールを送受信す

ることができる。このため、電子メールサーバー 240 又はアプリケーションは、広告消費者 130 であると考えることができる。従って、電子メールは、ドキュメントであると考えことができ、ターゲットが特定された広告を該ドキュメントと関連させて提供することができる。例えば、1つ以上の広告を電子メール内に含めて、電子メールの下方又は上方に表示して、又はその他の形で電子メールに関連させて提供することができる。

【0033】

上例は、(i) 広告を要求し、そして(ii) これらの広告をコンテンツと組み合わせるサーバーについて説明しているが、これらの動作のうちの1つ又は両方は、クライアントデバイス(エンドユーザーコンピュータ、等)によって実施することができる。

【0034】

4.1.2 定義

「エンドユーザー現地時間情報」は、少なくとも1つの現地時刻、少なくとも1つの現地時刻帯、少なくとも1つの現地日付、少なくとも1つの現地曜日、少なくとも1つの現地日付範囲、少なくとも1つの現地曜日範囲、少なくとも1つの現地季節、等のうちの1つ以上を含む。

【0035】

「ジオロケーション情報」は、1つ以上の国、1つ以上の(国間の)地域、1つ以上の州、1つ以上の大都市圏、1つ以上の市、1つ以上の町、1つ以上の自治区、共通の郵便番号を有する1つ以上の地域、共通の市外局番を有する1つ以上の地域、共通のケーブルヘッドエンドステーションによって対応される1つ以上の地域、共通のネットワークアクセスポイント又はノードによって対応される1つ以上の地域、等のうちの1つ以上を指定する情報を含む。ジオロケーション情報は、緯度及び/又は経度、又はその範囲を含む。更に、ジオロケーション情報は、ユーザーの所在場所を推定できる情報(IPアドレス、等)を含む。

【0036】

オンライン広告(例えば、図1及び図2を参照して上述されている典型的システム、又はその他のシステムにおいて用いられる広告、等)は、様々な固有の機能を有することができる。これらの機能は、アプリケーションによって及び/又は広告主が指定することができる。以下では、これらの機能は「広告機能」と呼ばれている。例えば、テキスト広告の場合は、広告機能は、タイトル行、広告用のテキスト、及び埋め込まれたリンクを含むことができる。画像広告の場合は、広告機能は、画像、実行可能コード、及び埋め込まれたリンクを含むことができる。広告機能は、オンライン広告の種類に依存して、テキスト、リンク、音声ファイル、映像ファイル、画像ファイル、実行可能コード、埋め込み情報、等のうちの1つ以上を含むことができる。

【0037】

オンライン広告を提供時には、1つ以上のパラメータを用いて該広告の提供方法、提供日時、及び/又は提供場所を記述することができる。これらのパラメータは、以下では「広告提供パラメータ」と呼ばれている。広告提供パラメータは、例えば、広告が提供されたページの特長(該ページ上の情報を含む)、該広告の提供と関連された検索問い合わせ又は検索結果、ユーザーの特徴(ジオロケーション、ユーザーが使用した言語、使用されたブラウザの種類、それ以前におけるページ閲覧、それ以前の行動)、要求を開始させたホストサイト又はアフィリエイトサイト(America Online、Google、Yahoo、等)、該広告が提供されたページ上における該広告の絶対位置、提供されたその他の広告との関係における該広告の位置(空間的位置又は時間的位置)、該広告の絶対的大きさ、その他の広告と比較した場合における該広告の相対的大きさ、広告の色、提供されたその他の広告数、提供されたその他の広告の種類、提供時刻(絶対時刻又は現地時刻)、提供曜日(絶対曜日又は現地曜日)、提供日(絶対日又は現地日)、等のうちの1つ以上を含むことができる。当然のことであるが、本発明の適用範囲内において使用できるその他の広告提供パラメータも存在する。

【0038】

10

20

30

40

50

広告提供パラメータは、広告機能にとって本質的なものではないが、広告提供条件又は制限事項として広告と関連させることができる。該広告提供パラメータは、広告提供条件又は制限事項として使用時には、単に「広告提供制限事項（又は「ターゲット特定基準」）と呼ばれる。例えば、いくつかのシステムにおいては、広告主は、平日のみに提供する、ある一定の位置よりも低くしない、ある一定のジオロケーションのユーザーのみに提供する、等の条件を指定することによって広告を提供するターゲットを特定することができる。もう1つの例として、いくつかのシステムにおいては、広告主は、ページ問い合わせ又は検索問い合わせがある一定のキーワード又はフレーズを含む場合のみに広告が提供されるように指定することができる。さらにもう1つの例として、いくつかのシステムにおいては、広告主は、提供対象ドキュメントがある一定の話題又は概念を含む場合のみに、又は1つの又は複数の特定のクラスタの下に若しくはその他の1つの又は複数の分類の下に入る場合のみに、自己の広告が提供されるように指定することができる。

10

【0039】

「広告情報」は、広告機能、広告提供制限事項、広告機能又は広告提供制限事項から導き出すことが可能な情報（「広告派生情報」と呼ばれる）、及び/又は広告に関連する情報（「広告関連情報」と呼ばれる）、更には該情報の敷衍情報（広告関連情報から導き出される情報、等）のあらゆる組合せを含むことができる。

【0040】

「ドキュメント」は、機械によって読み取り可能であり更に機械によって保存可能なあらゆる作業成果物を含むと広義に解釈すべきである。ドキュメントは、ファイル、ファイルの組合せ、その他のファイルへのリンクが埋め込まれた1つ以上のファイル、等であり、これらのファイルは、テキスト、音声、画像、映像、等のあらゆる種類のファイルである。1つのドキュメントのうちでエンドユーザーに提供される部分は、該ドキュメントの「コンテンツ」であると考えることができる。ドキュメントは、コンテンツ（単語、写真、等）及びそのコンテンツの意味の表示（電子メールフィールドとその関連データ、HTMLタグとその関連データ、等）の両方を含む「構造化データ」を含むことができる。ドキュメント内における広告スポットは、埋め込まれた情報又は命令によって定義することができる。インターネットの観点においては、共通のドキュメントはウェブページである。ウェブページは、コンテンツを含むことがしばしばあり、埋め込まれた情報（メタ情報、ハイパーリンク、等）及び/又は埋め込まれた命令（Java（登録商標）script、等）を含むことができる。多くの場合においては、ドキュメントは、一意の、アドレス指定可能な記憶場所を有しており、このため、このアドレス指定可能記憶場所によって一意で識別することができる。ユニバーサルリソースロケータ（URL）は、インターネット上の情報にアクセスするために用いられる一意のアドレスである。

20

30

【0041】

「ドキュメント情報」は、ドキュメントに含まれているすべての情報、ドキュメントに含まれている情報から導き出すことができる情報（ドキュメント派生情報）と呼ばれる）、及び/又はドキュメントに関連する情報（「ドキュメント関連情報」と呼ばれる）、及び該情報の敷衍情報（関連情報から導き出される情報、等）を含む。ドキュメント派生情報の一例は、ドキュメントのテキストコンテンツに基づく分類である。ドキュメント関連情報例は、インスタントドキュメントへのリンクを有するその他のドキュメントからのドキュメント情報、及び、インスタントドキュメントがリンクしているその他のドキュメントからのドキュメント情報、等である。

40

【0042】

ドキュメントのコンテンツは、「コンテンツ提供アプリケーション又はデバイス」で提供することができる。コンテンツ提供アプリケーション例は、インターネットブラウザ（Explorer、Netscape、等）、メディアプレーヤー（MP3プレーヤー、Realnetworksストリーミング音声ファイルプレーヤー、等）、ビューワー（Adobe Acrobat pdfリーダー、等）、等である。

【0043】

50

「コンテンツオーナー」は、ドキュメントのコンテンツに対して何らかの所有権を有する人またはエンティティである。コンテンツオーナーは、コンテンツの著者の場合がある。さらに加えて、又はその代替として、コンテンツオーナーは、コンテンツを複製する権利、コンテンツの派生的作品を準備する権利、コンテンツを公開するかまたは公に実施する権利、及び/又は法律によって禁止されたその他のコンテンツ権を有することができる。コンテンツサーバーは、提供するドキュメントのコンテンツのコンテンツオーナーであることができるが、コンテンツオーナーである必要はない。

【0044】

「ユーザー情報」は、ユーザーの行動に関する情報及び/又はユーザープロフィール情報を含む。更に、ユーザー情報は、ユーザーの現地時間、又は該エンドユーザーの現地時間の推定時間も含むことができる。

10

【0045】

「電子メール情報」は、電子メールに含まれているあらゆる情報（「内部電子メール情報」とも呼ばれる）、電子メールに含まれている情報から導き出すことが可能な情報及び/又は電子メールに関連する情報、更に加えて該情報の敷衍情報（関連情報から導き出された情報、等）を含む。電子メールから導き出された情報の一例は、電子メールの件名の行から抜粋された言葉によって構成される検索問い合わせに対応して返送された検索結果から抜粋されるかまたはその他の形で導き出された情報である。電子メール情報に関連する情報例は、ある所定の電子メールを送信した送信者と同じ送信者によって送信された1つ以上のその他の電子メールに関する電子メール情報、又は、電子メール受信者に関する

20

【0046】

本発明の様々な典型的実施形態が第4.2項において説明されている。

【0047】

4.2 典型的実施形態

図3は、本発明によって実施することができる様々な動作と、本発明によって使用及び/又は生成することができる様々な情報と、を示した泡図である。広告選択動作310は、広告情報330及び要求情報320を用いて一組の広告340を生成するために使用することができる。本発明の1つの典型的実施形態においては、一組の広告340は、要求

情報320に関連する広告を含む。例えば、要求情報320が検索問い合わせと関連されている場合は、広告340は、該検索問い合わせの言葉と関連している。代替として、要求情報320が提供すべきドキュメントと関連されている場合は、広告340は、該ドキュメントのコンテンツと関連している。いずれの場合においても、要求情報320は、エンドユーザー現地時間情報を含むことができる。例えば、要求情報320は、検索問い合わせ又はドキュメント要求を行ったエンドユーザーの現地時間（又は、該要求と関係するケーブルヘッドエンド、ネットワークアクセスポイント、等のその他の何らかのエンティティにおける現地時間）、又は、該エンドユーザー現地時間情報を導き出すことができる情報（例えば、要求者デバイスのIPアドレス、HTTP要求からのIPアドレス、要求言語、ドメインによって指定された国、ポータル、等）を含むことができる。例えば、

エンドユーザー現地時間情報は、エンドユーザージオロケーション情報から導き出すことができる。更に、様々な時間帯の人口密度を用いてエンドユーザー現地時間に関する仮定を行うことができる。要求情報320及び広告情報330を保存するために使用できる典型的データ構造が、以下の第4.2.1項において図4及び5を参照しつつ説明されている。さらに、本発明と一致する形で広告選択動作310を実施するために使用できる典型的

方法が、以下の第4.2.2項において図6を参照しつつ説明されている。

30

40

【0048】

同じく図3において、評点動作350は、第1の広告の組340及び広告情報330を用いて一組の広告360及び関連する点数を生成するために使用することができる。本発明と一致する評点動作350は、広告のエンドユーザー現地時間情報（広告のエンドユーザー

50

ザー現地時間パフォーマンス情報、及び/又はエンドユーザー現地時間価格情報、等)を考慮することができる。本発明と一致する形で評点動作350を実施するために使用することができる典型的な方法が、以下の第4.4.2項において図7を参照しつつ説明されている。

【0049】

広告修正動作370は、特定のエンドユーザー現地時間に関するクリエイティブコンテンツ、及び/又は特定のエンドユーザー現地時間に関するランディングページを有する一組の広告380を広告の組360から生成するために使用することができる。図示されていないが、広告修正動作370は、エンドユーザー現地時間情報を使用することができる。

10

【0050】

本発明と一致する形で広告修正動作370を実施するために使用することができる典型的な方法が、以下の第4.2.2項において図8を参照しつつ説明されている。

【0051】

広告情報330は、エンドユーザー現地時間に基づくパフォーマンス情報を含むことができる。該情報は、ユーザー行動フィードバック動作390によって提供すること、及び/又は追跡することができる。本発明と一致する形でユーザー行動フィードバック動作390を実施するために使用することができる典型的な方法が、以下の第4.2.2項において図9を参照しつつ説明されている。

【0052】

最後に、広告情報330は、エンドユーザー現地時間ターゲット特定、及び/又はエンドユーザー現地時間価格情報を含むことができる。この情報は、広告主又はその代理人(以下、一般性を失うことなしに単に「広告主」と呼ばれる)が、広告情報入力及び/又は管理動作335を介して入力及び/又は修正することができる。本発明と一致する形でこれらの動作335を実施するために使用することができる典型的な方法が、以下の第4.2.2項において図10を参照しつつ説明されている。

20

【0053】

本発明は、図3を参照しつつ説明されているすべての動作及び情報を提供する必要はなく、使用する必要はなく、更に提供して使用する必要もない。本発明は、これらの動作を示されている順序で実施する必要はない。最後に、本発明は、様々な動作に関して説明されている機能を結合させること又は分離することができる。例えば、選択動作310及び評点動作350は、結合させて単一の動作にすることができる。

30

【0054】

4.2.1. 典型的データ構造

図4は、本発明と一致する典型的な広告要求情報320'を示した図である。広告要求情報320'は、上記の第4.1.1項において説明されている情報、等の情報を含む。更に、広告要求情報320'は、エンドユーザー(又はその他の何らかのエンティティであり、本出願明細書においては単に「エンドユーザー」と呼ばれる)現地時間情報、又はエンドユーザー現地時間情報を導き出すこと又は推定することができる情報を含むことができる。例えば、エンドユーザー現地時間情報は、現地時刻、現地曜日、現地日付、現地月、現地季節、等のうちの1つ以上を含むことができる。

40

【0055】

エンドユーザー現地時間情報は、当業者にとって明確である様々な方法で符号化することができる。

【0056】

本発明は、エンドユーザー現地時間情報をその他の情報から導き出すために又は推定するために使用することができる。例えば、本発明は、既知の技術(例えば、ジョージア州ノークロスに所在するデジタル・エンボイ社の“NetAcuity”製品によって用いられる技術、等)を用いて、インターネットプロトコル(“IP”)アドレス及び/又はドメイン情報をエンドユーザー現地時間情報にマッピングすることができる。もう1つの

50

例として、インターネットサービスプロバイダは、各々が市外局番と関連されており更に特定の時間帯と関連させることができる数多くのダイヤルインアクセスサーバーを有することができる。代替として、本発明は、エンドユーザー現地時間情報を単に受け入れることができる。例えば、エンドユーザー、又は該エンドユーザーによって使用されるクライアントデバイスは、エンドユーザー現地時間情報を任意で提供しておくことができる。もう1つの例として、エンドユーザー現地時間情報は、第三者によって導き出して提供しておくことができる。

【0057】

図5は、本発明と一致する典型的な広告情報330'を示した図である。広告情報330'は、上記の第4.1.1項において説明されている情報、等の情報を含むことができる。例えば、広告情報330'は、一意の広告識別子、広告クリエイティブコンテンツ（又は該クリエイティブコンテンツに対するポインタ）、及び/又はランディングページリンク、等を含むことができる。更に、典型的な広告情報330'は、エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報及びエンドユーザー現地時間価格情報のうちの少なくとも1つを含むことができる。エンドユーザー現地時間パフォーマンス情報（図示されていない）は、追跡すること及び広告と関連させることができる。

10

【0058】

エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報は、現地時刻（例えば1つの現地時刻帯）、現地曜日（例えば1つの範囲の曜日）、現地日付（例えば1つの範囲の日付）、現地月（例えば1つの範囲の月）、現地季節、等のうちの1つ以上を含むことができる。従って、例えば、全国的規模のある運送会社は、午後7時30分から午後11時55分までの現地時刻帯に関しては、翌日配達のために深夜まで集荷することを売り込む広告をターゲットにし、その一方で、深夜12時から午後7時29分までの現地時刻帯に関しては配達料の割引を売り込む広告をターゲットにすることができる。

20

【0059】

エンドユーザー現地時間価格情報は、1つ以上の現地時刻（例えば1つの現地時刻帯）、1つ以上の現地曜日（例えば1つの範囲の曜日）、1つ以上の現地日付（例えば1つの範囲の日付）、1つ以上の現地月（例えば1つの範囲の月）、1つ以上の現地季節、等の各々に関する価格情報を含むことができる。該価格情報は、エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報に対応させるべきである。本発明の一実施形態においては、広告主によって指定された又はシステムによって学習された（一方においてはタイムスロット（又は時間帯）を有し、他方においては広告ターゲット（キーワード、概念、等）を有する）価格情報マトリックスを提供することができる。該マトリックスは、時間及びターゲットの幾つかの組合せ又はあらゆる組合せに関する価格情報を含むことができる。更に、このマトリックス内の価格情報は、競合する（関連する）広告の点数を決定する際に使用することができる。

30

【0060】

本発明の一実施形態においては、エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報は、エンドユーザー現地時間価格情報から推測することができる。例えば、ある広告主が、午後7時30分から午後11時55分までの現地時刻に関して1インプレッション当たり1.50ドルの最高価格入札を行った場合は、該広告主は、現地時間が午後7時30分乃至午後11時55分であるエンドユーザーに広告を特定することを望んでいると推定することができる。同様に、該広告主が、ある一定の曜日に関して1インプレッション当たり0.00ドルの入札を行った場合は、該広告主は、この曜日を有するエンドユーザーに対して自社の広告を提供するのを回避することを望んでいると推定することができる。例えば、上記の宅配業者が日曜日には集荷を行わない場合は、下記のようなジオロケーション価格情報を提供することができる。

40

【0061】

現地時刻：午後7時30分乃至午後11時55分 1.50ドル/インプレッション
 現地時刻：深夜零時乃至午後7時29分 0.35ドル/インプレッション

50

現地日：日曜日 0.00ドル/インプレッション

何らかの競合が生じた場合は、明瞭な規則に従って解決することができる。例えば、1つの該規則は、価格が低いほうの情報がその他のあらゆる価格設定情報を無効にすることである。代替として、最高価格を用いることができる。これらの規則は、全広告主に対して適用されるデフォルト規則にすることができ、又は、特定の広告主を対象にした規則にすることができる。後者の場合は、広告主ユーザーインタフェース(U/I)は、潜在的な競合の存在を広告主に警告し、該競合を解決するための規則を定めるように促す。

【0062】

4.2.2 典型的方法

図6は、広告選択動作310を本発明と一致する形で行うための典型的方法310'の流れ図である。この図においては、要求情報及び広告情報が受け入れられる。(ブロック610)要求情報は、特に、エンドユーザー現地時間情報を含むことができる。広告情報は、特に、エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報を含むことができる。ループ620乃至640によって示されているように、1つ以上の広告の各々に関して1つの行為が実施される。より具体的には、広告の関連性評価基準が、要求情報と関係する少なくともエンドユーザー現地時間情報及び広告と関係するエンドユーザー現地時間ターゲット特定情報を用いて決定される。(ブロック630)これらの1つ以上の広告の各々が処理後に、方法310'から出る。(ノード650)

広告の関連性は、該広告と関係するキーワードターゲット特定情報、該広告と関係するコンテンツ関連性情報、等を用いて決定することができる。いずれの場合においても、広告の関連性は、少なくとも要求及び広告のエンドユーザー現地時間情報を用いて決定することができる。

【0063】

当然のことであるが、エンドユーザー現地時間ターゲット特定は、幾つかの関連性要因うちの1つだけであることができる。例えば、広告の関連性は、(a)広告関連性情報と要求されたドキュメントのコンテンツの比較、(b)検索問い合わせの言葉に関する広告キーワードターゲット特定、(c)ユーザー人口統計情報、(d)ユーザー行動情報、(e)その他の所在場所ターゲット特定情報、等を検討することができる。

【0064】

図7は、評点動作350を本発明と一致する形で実施するための典型的方法350'の流れ図である。第2の点数は、広告の相対的提示属性(サイズ、位置、色、量、等)を決定するために使用することができる。ここでは、候補広告の広告情報が受け入れられる。(ブロック710)ループ720乃至740によって示されているように、1つ以上の広告の各々に関して1つの行為が実施される。より具体的には、広告点数は、価格情報、エンドユーザー現地時間価格情報(入手可能な場合)、パフォーマンス情報、及びエンドユーザー現地時間パフォーマンス情報(入手可能な場合)のうちの少なくとも1つを用いて決定される。(ブロック730)例えば、パフォーマンス情報を用いて点数を決定する技術(例えば、"METHODS AND APPARATUS FOR ORDERING ADVERTISEMENTS BASED ON PERFORMANCE INFORMATION"(パフォーマンス情報に基づいて広告を発注する方法及び装置)という題名を有する米国特許出願一連番号10/112,656(出願日:2002年3月29日)(本出願明細書において参照することによって本出願明細書に組み入れられている)において説明されている技術、等)は、本発明に従って修正することができる。同様に、パフォーマンス情報及び価格情報を用いて点数を決定する技術(例えば、"METHODS AND APPARATUS FOR ORDERING ADVERTISEMENTS BASED ON PERFORMANCE INFORMATION AND PRICE INFORMATION"(パフォーマンス情報及び価格情報に基づいて広告を発注する方法及び装置)という題名を有する"米国特許出願一連番号10/11,654(出願日:2002年3月29日)(本出願明細書において参照することによって本出願明細書に組み入れられている)において説明されている技術、等)は、本発明に従って修正することができる。更に、価格情報を用いてパフォーマンス情報なしで点数を決定するための技術は、本発明に従って修正することができる。従って、例えば、本発明に従い、(位置オークション、

等の広告属性裁定において使用することができる) 広告点数は、(a) 対象現地時間価格情報、(b) 対象現地時間パフォーマンス情報、(c) 対象現地時間価格情報とパフォーマンス情報、及び(e) 価格情報と対象現地時間パフォーマンス情報の組合せのうちいずれかを用いて決定することができる。当然のことであるが、該広告点数は、追加情報(広告主の品質に関する何らかの評価基準、等) を用いて決定することができる。対象現地時間価格情報及び対象現地時間パフォーマンス情報のいずれの情報も広告に関して入手できない場合は、該広告の点数は、単に、(a) 価格情報、(b) パフォーマンス情報、及び(c) 価格情報とパフォーマンス情報の組合せのうちいずれかの関数であることができる。上例においては、対象現地時間は、エンドユーザー現地時間であることができる。すべての候補広告が処理された時点で、方法 350' から出る。(ノード 750) 10

ブロック 730 と一致する広告点数を決定する方法は幾つか存在する。以下では、このうちの幾つかの典型的方法について説明される。広告システムが収入を最大化することを望む場合は、1つのパフォーマンス当たりの価格値に広告のパフォーマンスを乗じることによって点数を決定することができる。例えば、1回のクリック当たりのコスト*クリックスルー率、又は1回のコンバージョン当たりのコスト*コンバージョンレートを決定することができる。価格は、値引き又は調整することができる。本発明は、有利なことに、エンドユーザー現地時間情報(入手可能場合) を用いることによって収入推定を向上させることができる。例えば、広告が提供されるエンドユーザーの現地時間(太平洋標準時) が午後 10 時 30 分であると仮定し、更に、価格以外は同じ関連性を有する以下の広告は、下記の関連情報を有していると仮定する。 20

【 0065 】

広告 A : 1 回のクリック当たりの最大コスト = 0 . 25 ドル

1 回のクリック当たりの最大コスト = 1 . 5 ドル (午後 7 時 30 分乃至午後 1 1 時 55 分の現地時刻の場合)

CTR = 0 . 02 (深夜零時乃至午前 1 時の現地時刻帯の場合)

CTR = 0 . 01 (午前 1 時乃至午前 2 時、午前 2 時乃至午前 3 時、午前 3 時乃至午前 4 時、午前 4 時乃至午前 5 時、午前 5 時乃至午前 6 時の現地時刻帯の場合)

CTR = 0 . 02 (午前 6 時乃至午前 7 時、午前 7 時乃至午前 8 時の現地時刻帯の場合) 30

CTR = 0 . 03 (午前 8 時乃至午前 9 時の現地時刻帯の場合)

CTR = 0 . 04 (午前 9 時乃至午前 10 時、午前 10 時乃至午前 11 時、午前 11 時乃至正午 12 時、正午 12 時乃至午後 1 時、午後 1 時乃至午後 2 時、午後 2 時乃至午後 3 時の現地時刻帯の場合)

CTR = 0 . 055 (午後 3 時乃至午後 4 時、午後 4 時乃至午後 5 時、午後 5 時乃至午後 6 時の現地時刻帯の場合)

CTR = 0 . 110 (午後 6 時乃至午後 7 時の現地時刻帯の場合)

CTR = 0 . 250 (午後 7 時乃至午後 8 時の現地時刻帯の場合)

CTR = 0 . 500 (午後 8 時乃至午後 9 時、午後 9 時乃至午後 10 時、午後 10 時乃至午後 11 時の現地時刻帯の場合) 40

CTR = 0 . 550 (午後 11 時乃至深夜零時の現地時刻帯の場合)

広告 B : 1 回のクリック当たりの最大コスト : 0 . 50 ドル

CTR = 0 . 07 (全現地時刻帯の場合)

上記のエンドユーザー現地時間点数においては、現地時間が午後 10 時 30 分であるエンドユーザーの場合は、広告 A に関する積点数は、0 . 75 (= 1 . 50 * 0 . 50) であり、広告 B に関する積点数は、0 . 035 (= 0 . 50 * 0 . 07) になる。東海岸の別のエンドユーザーがまったく同じ絶対時間である東部標準時午前 1 時 30 分にまったく同じ要求を行うと仮定すると、このエンドユーザーの場合は、広告 A に関する積点数は、0 . 0025 (= 0 . 25 * 0 . 01)、広告 B に関する積点数は、0 . 035 (= 0 . 50 * 0 . 07) になる。従って、この例に関する特定の絶対時間においては、西海岸の 50

ユーザーにとっては広告Bよりも広告Aのほうがはるかに役に立ち、東海岸のユーザーにとっては広告Aよりも広告Bのほうがはるかに役に立つ。

【0066】

この例において示されているように、(i)エンドユーザー現地時間(時刻帯)パフォーマンス情報、(ii)エンドユーザー現地時間(時刻帯)価格情報、及び(iii)エンドユーザー現地時間(時刻帯)ターゲット特定情報は、互いに対応している必要がない。例えば、エンドユーザー現地時間ターゲット特定価格情報は、5分の時間帯に対応することができ、エンドユーザー現地時刻パフォーマンス情報は、6つの4時間間隔で追跡することができる。

【0067】

本発明の一実施形態においては、点数を決定する際に、より特定のエンドユーザー現地時間価格情報を入手できない場合は、より一般的なエンドユーザー現地時間価格情報を使用することができる。同様に、より特定のエンドユーザー現地時間パフォーマンス情報を入手できない場合は、より一般的なエンドユーザー現地時間パフォーマンス情報を使用することができる。従って、例えば、現地時間が午後4時30分であるユーザーを対象にした広告要求に対応時には、午後1時乃至午後11時のエンドユーザー現地時間帯に関して価格情報及びパフォーマンス情報のみを有する広告は、午後4時乃至午後5時のエンドユーザー現地時間帯に関する価格情報及びパフォーマンス情報を有する広告と競争することができる。

【0068】

図8は、広告修正動作370を本発明と一致する形で実施するための典型的な方法370の流れ図である。この図においては、広告情報及び/又は要求エンドユーザー現地時間情報が受け入れられる。(ブロック810)。要求エンドユーザー現地時間情報は、広告のクリエイティブコンテンツ内において提供することができ、及び/又はエンドユーザー現地時間に依存するコンテンツとともに広告を提供することができる(例えば、エンドユーザー現地時間情報を用いて幾つかの候補広告マーケティングメッセージのうちの一つを選択することができる)。(ブロック820)その代替として、又はその追加として、要求エンドユーザー現地時間情報は、ランディングページのコンテンツ内において提供することができる(例えば、エンドユーザー現地時間情報を用いて幾つかの候補ランディングページのうちの1つを選択することができる)(ブロック830)。

【0069】

再度ブロック820において、広告クリエイティブのコンテンツは、テキストを修正することによって又は幾つかの候補テキストのうちの一つを選択することによって修正することができる。例えば、エンドユーザーの現地時間が午後8時であることを広告要求が示していると仮定し、更に、宅配業者に関する広告が午後7時30分乃至午後11時55分の現地時間帯をターゲットにしていると仮定する。この場合には、通常の広告クリエイティブは、「同業他社よりも安い価格での信頼できる全国的宅配サービス」とすることができる。修正された広告クリエイティブは、「深夜まで集荷して翌日配達します」とすることができる。エンドユーザー現地時間情報は、単に該広告クリエイティブに加えるか又は該広告クリエイティブの一部と差し替えることができる。例えば、「今午後8時です。あなたの宅配業者は今日集荷に来ますか。当社は集荷に伺います。」エンドユーザー現地時間情報は、幾つかの候補広告クリエイティブを選択するために使用することができる。

【0070】

再度ブロック830において、複数の広告ランディングページのうちの1つは、エンドユーザー現地時間情報に基づいて選択することができる。例えば、エンドユーザーの時刻が午後7時30分乃至午後11時55分であることを該要求のエンドユーザー現地時間情報が示している場合は、該宅配業者は、深夜までの集荷サービスを強調するランディングページを有することができる。他方、エンドユーザーの現地時間がこの時間帯外であることを該要求のエンドユーザー現地時間情報が示している場合は、該宅配業者は、自社の割引配達を強調するランディングページを有することができる。

10

20

30

40

50

【0071】

特定のエンドユーザー現地時間をターゲットにしたクリエイティブコンテンツを生成する代替として、又はその追加として、エンドユーザー現地時間情報を用いて広告属性を決定することができる。例えば、価格、製品、及び/又はサービスは、エンドユーザーの現地時間に特定することができる。

【0072】

従って、本発明は、エンドユーザー現地時間情報を用いることによって、マーケティングメッセージをエンドユーザーの現地時間に合わせて適合化させて該エンドユーザーが広告を認識できるようにするために使用することができる。

【0073】

図9は、ユーザー行動フィードバック動作390を本発明と一致する形で実施するための典型的な方法390'の流れ図である。広告の点数を決定する際には特定のエンドユーザー現地時間のパフォーマンス情報を使用できることを評点動作350から思い出すこと。図9の方法390'は、該情報を追跡する1つの方法である。広告が提供されるごとに、このイベントは、一意のプロセス識別子(広告サーバーIPアドレス、(現地)日付、(現地)時刻、等)によって識別することができる。プロセス識別子は、広告提供時に用いられるあらゆるエンドユーザー現地時間情報、又は該当する要求のエンドユーザー現地時間情報と関連させることができる。広告は、プロセス識別子とともに提供することができる。(ブロック910)イベントブロック920によって示されているように、方法390'の異なった分岐を異なったイベントに対応して実施することができる。例えば、ユーザー行動情報が受け取られた場合は、該受け取られたユーザー行動情報は、プロセス識別子(従って、広告を最初に提供時に用いられたエンドユーザー現地時間情報(存在する場合))と関連づけられ(ブロック930)、その後、方法390'は分岐してイベントブロック920に戻る。パフォーマンス情報更新条件(例えば、パフォーマンス情報が受け取られた、ある一定量のパフォーマンス情報が受け取られた、前回の更新以降に更新期限を迎えた、絶対時間/絶対日付、等)が満たされている場合は、広告パフォーマンス情報は、エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報、又は広告提供プロセスと関係するエンドユーザー現地時間要求情報を考慮して更新され(ブロック940)、その後、方法390'は分岐してイベントブロック920に戻る。

【0074】

従って、方法390'は、(広告提供時に使用されている)エンドユーザー現地時間情報について説明する広告パフォーマンス情報を追跡するために使用することができる。エンドユーザー現地時間情報とパフォーマンス情報は、様々な代替方法で関連させることが可能である。

【0075】

図10は、広告情報入力動作及び/又は管理動作を本発明と一致する形で実施する典型的な方法335'の流れ図である。情報330'は、エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報及びエンドユーザー現地時間価格情報のうちの1つ以上を含むことができることを図5から思い出すこと。方法330'は、認可及び/又は認証されたユーザー入力を受け入れる。(ブロック1010)イベントブロック1020によって示されているように、様々な入力の型に対応して方法335'の様々な分岐を実施することができる。ユーザーがエンドユーザー現地時間価格情報を入力した場合は、該情報は、追加又は更新される(ブロック1030)。更に、関連づけられたエンドユーザー現地時間ターゲット特定情報も、該価格情報に従って加えること又は改訂することができる。(ブロック1040)例えば、あるユーザーが現地時間午後7時30分乃至午後11時55分に関して1回のクリック当たりの最大価格を1,500ドルとして入力した場合で、該広告がこの時刻帯に関するエンドユーザー現地時間ターゲット特定を含んでいない場合は、該情報は、追加される。その後、該ユーザーがこの時刻帯に関する1回のクリック当たりの最大価格を0.00ドルに変更した場合は、この時刻帯に関するエンドユーザー現地時間所在場所ターゲット特定がオフにされるか又は削除される。再度ブロック1020において、該ユーザーがエ

10

20

30

40

50

エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報を入力した場合は、該エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報は、追加又は更新される。(ブロック1050)関連されたエンドユーザー現地時間価格情報を要求することができるが(ブロック1060)、提供する必要はない。

【0076】

広告情報の入力及び/又は管理をより便利にするために広告主ユーザーインタフェースのその他の機能を提供することができる。例えば、いずれかの広告主が既存のキャンペーンを有するが、エンドユーザー現地時間にターゲットを特定したキャンペーンを追加した場合は、該広告主が共通の広告情報を再入力する必要がないようにするために大量のインポートサポートを提供することができる。又、入力されたエンドユーザー現地時間情報に対応して追加のエンドユーザー現地時間情報(より多くの同じ種類の時刻帯又は範囲(例えば、現地時刻、現地曜日、現地日付、現地月、等)、より多くの特定の時刻帯又は範囲、より多くの一般的時刻帯又は範囲、等)を提案するためのヘルプ機能を使用することができる。もう1つの例として、広告主が現地時刻、現地曜日、等に基づいて相対的入札金額を手作業で引き上げる又は引き下げることが可能なためのU/I(例えば一連のスライダー)を提供することができる。該U/Iは、広告主が自動化された価格設定ツールを選択することを可能にする。例えば、選択及び/又はコンバージョン追跡データを用いて、選択/コンバージョンが多いときには価格情報を自動的に引き上げ、選択/コンバージョンが少ないときは価格情報を自動的に引き下げることができる。

10

【0077】

広告主U/Iは、エンドユーザー現地時間を用いてフィルタリングされた情報(広告情報、等)を提供することもできる。

20

【0078】

エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報は、キーワードに基づいて(話題に基づいて、又は概念に基づいて)適用することができる。代替として、エンドユーザー現地時間ターゲット特定情報は、1つの広告キャンペーンにおいて特定された全キーワード(又は話題、若しくは概念)に対して適用することができる。

【0079】

4.2.3 典型的装置

図11は、上述されている動作のうちの一つ以上の動作を実施することができる機械1100の高位ブロック図である。機械1100は、基本的には、一つ以上のプロセッサ1110と、一つ以上の入力/出力インタフェース装置1130と、一つ以上の記憶装置1120と、結合された素子間における情報伝達を容易にするための一つ以上のシステムバス及び/又はネットワーク1140と、を含む。一つ以上の入力装置1132及び一つ以上の出力装置1134は、一つ以上の入力/出力インタフェース1130と結合させることができる。

30

【0080】

一つ以上のプロセッサ1110は、本発明の一つ以上の側面を実施するために、機械によって実行可能な命令(例えば、カリフォルニア州パロ・アルトに所在するサン・マイクロシステムズ・インクから入手可能なSolarisオペレーティングシステム上で、又はノースカロライナ州ダラムに所在するレッド・ハット・インク、等のいくつかの販売業者から幅広く入手可能なLinux(登録商標)オペレーティングシステム上で走るC又はC++、等)を実行することができる。これらの機械で実行可能な命令の少なくとも一部は、一つ以上の記憶装置1120に(一時的に又はそれよりも永続的に)格納することができる、及び/又は、一つ以上の入力インタフェース装置1130を通じて外部源から受け取ることができる。

40

【0081】

一実施形態においては、機械1100は、一つ以上の従来のパソコンであることができる。この場合は、処理装置1110は、一つ以上のマイクロプロセッサであることができる。バス1140は、システムバスを含む。記憶装置1120は、読取専用メモリ(RO

50

M)及び/又はランダムアクセスメモリ(RAM)、等のシステムメモリを含む。更に、記憶装置1120は、ハードディスクからの読み取り及びハードディスクへの書き込みを行うためのハードディスクドライブ、(例えば取り外し可能な)磁気ディスクからの読み取り又は(例えば取り外し可能な)磁気ディスクへの書き込みを行うための磁気ディスクドライブ、取り外し可能な(磁気)光学ディスク(コンパクトディスク、等)又はその他の(磁気)光学媒体からの読み取り又は該光学ディスク又は光学媒体への書き込みを行うための光学ディスクドライブを含む。

【0082】

ユーザーは、例えばキーボード及びポインティング装置(例えばマウス)、等の入力装置1132を通じてコマンド及び情報をパソコンに入力することができる。更に、その他の入力装置(マイク、ジョイスティック、ゲームパッド、衛星放送アンテナ、スキャナ、等)も追加で(又は代替として)含むことができる。これらの入力装置及びその他の入力装置は、システムバス1140に結合された適切なインタフェース1130を通じて処理装置1110に接続されることがしばしばある。出力装置1134は、同じく適切なインタフェースを通じてシステムバス1140に接続することができるモニター又はその他の型の表示装置を含む。パソコンは、該モニターに加えて(又は該モニターの代わりに)、スピーカー及びプリンタ等のその他の(周辺)出力装置(図示されていない)を含む。

【0083】

4.2.4 代替方法

上例は、エンドユーザー現地時刻情報を用いたが、本発明は、エンドユーザー曜日情報、エンドユーザー日付情報、エンドユーザー季節情報、等を使用することもできる。

【0084】

広告主によって指定された異なったエンドユーザー現地時間情報は、異なった適用範囲を有することができる。その結果、使用すべきターゲット特定情報又は価格情報に関して競合が生じることがある。例えば、広告主は、ユーザーの現地時刻帯午後7時30分乃至午後11時55分に特定した広告に関して1回のクリック当たり1.50ドルを進んで支払うが、日曜日に特定した広告に関しては1回のクリックに関して支払わないことがある。上述されているように、これらの問題はデフォルト規則に従って解決することができる。次に、一組の典型的なデフォルト規則について説明する。一般的には、広告関連性及び/又は広告点数を決定する上では、より一般的なエンドユーザー現地時間情報カテゴリにマッチした場合の重みを、より特定のエンドユーザー現地時間情報カテゴリにマッチした場合の重みよりも大きくすることができる(例えば、時刻よりも曜日の重みを大きくする)。他方、エンドユーザー現地時間情報カテゴリ内において、広告関連性及び/又は広告点数を決定する上で、より特定のエンドユーザー現地時間情報カテゴリにマッチした場合の重みを、より一般的なエンドユーザー現地時間情報カテゴリにマッチした場合の重みよりも大きくすることができる(例えば、午前全体の時刻よりも午前10時30分乃至午前11時45分の時刻帯の重みを大きくする)。

【0085】

ビジュアルによるフィードバックを広告主に対して行うために、価格情報のエントリを有するタイムスロット(又は時間帯)・ターゲットマトリックス(例えば、上記の第4.2.1項において説明されているマトリックス)のビジュアル表示を使用することができる。該ビジュアル表示は、カラーコードを含むことができる。該ビジュアルフィードバックは、広告主がある所定のターゲットに関するタイムスロット(又は時間帯)についての競合を回避するのを援助することができる。単純な規則を用いて価格情報を指定する場合においても、該ビジュアル表示を提供することは、広告主にとって有用である。

【0086】

上記の一部の例は、エンドユーザー現地時間情報をユーザーの現行の現地時間として使用したが、該現地時間情報は、ユーザーが関心を有する所在場所の現地時間であることができる。いずれの現地時間も、「対象現地時間」と呼ぶことができる。例えば、第1の時間帯にいる出張中のビジネスマンがインターネットに接続する手段を有しておらず、この

10

20

30

40

50

ため、第1の時間帯内に所在するレストランを探すように第2の時間帯に所在するアシスタントに依頼した場合で、検索問い合わせが第1の時間帯内に所在する町を含む場合は、該検索問い合わせが第2の時間帯から発生したものであるにもかかわらず、エンドユーザー現地時間は、第1の時間帯のエンドユーザー現地時間であるとみなすことができる。同様に、現地時間を導き出すこと又は推定することができる情報も、「対象現地時間情報」と呼ぶことができる。

【0087】

4.3 結論

上記に鑑み、本発明は、エンドユーザー現地時間情報を用いることによって関連性がより高い広告を提供することを可能にするものである。

【図面の簡単な説明】

【0088】

【図1】広告システムと双方向で対話することができる当事者又はエンティティを示した高位概略図である。

【図2】本発明が動作することができる環境、又は本発明が動作時に並存することができる環境を示した概略図である。

【図3】実施することができる様々な動作と、本発明によって使用及び/又は生成することができる様々な情報と、を示した泡図である。

【図4】本発明と一致する典型的な要求情報を示した図である。

【図5】本発明と一致する典型的な広告情報を示した図である。

【図6】広告選択動作を本発明と一致する形で実施するための典型的な方法の流れ図である。

【図7】評点動作を本発明と一致する形で実施するための典型的な方法の流れ図である。

【図8】広告修正動作を本発明と一致する形で実施するための典型的な方法の流れ図である。

【図9】ユーザー行動フィードバック動作を本発明と一致する形で実施するための典型的な方法の流れ図である。

【図10】広告情報入力動作及び/又は管理動作を本発明と一致する形で実施するための典型的な方法の流れ図である。

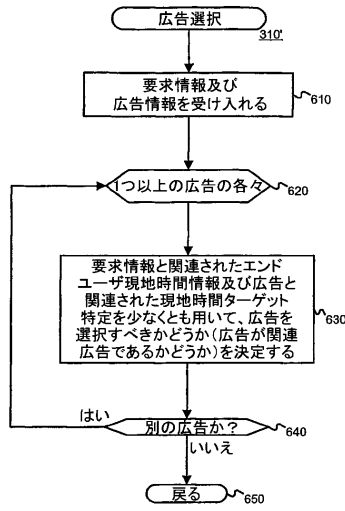
【図11】本発明と一致する形で様々な動作を行うことができる典型的な装置のブロック図である。

10

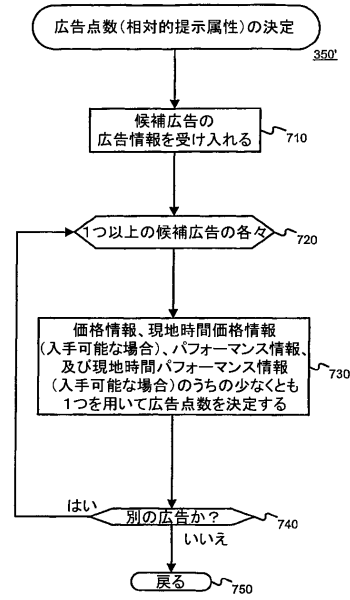
20

30

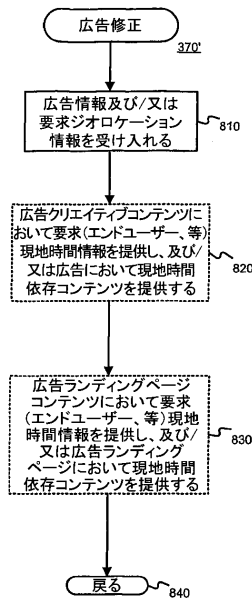
【 図 6 】



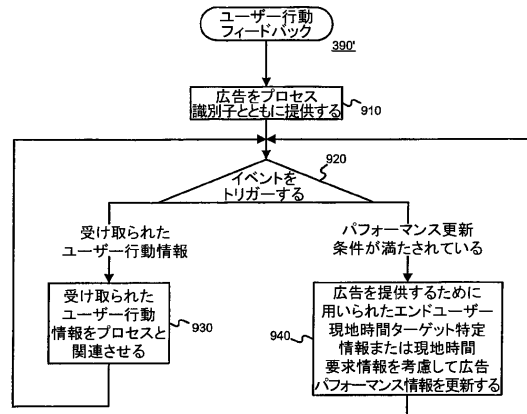
【 図 7 】



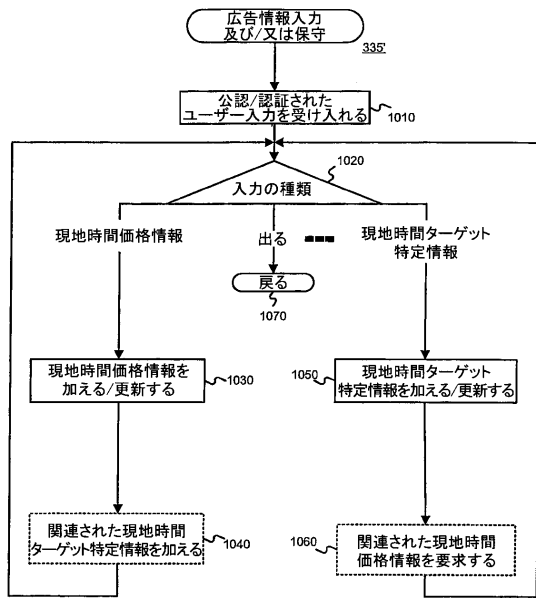
【 図 8 】



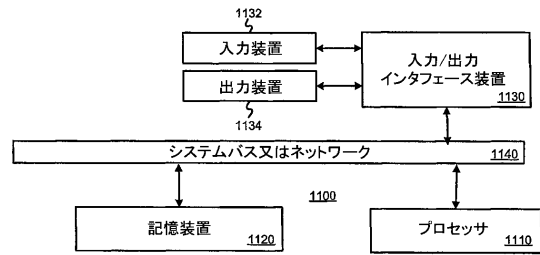
【 図 9 】



【図 1 0】



【図 1 1】



【 手 続 補 正 書 】

【 提 出 日 】 平 成 18 年 11 月 7 日 (2006.11.7)

【 手 続 補 正 1 】

【 補 正 対 象 書 類 名 】 特 許 請 求 の 範 囲

【 補 正 対 象 項 目 名 】 全 文

【 補 正 方 法 】 変 更

【 補 正 の 内 容 】

【 特 許 請 求 の 範 囲 】

【 請 求 項 1 】

要 求 に 関 す る 廣 告 の 関 連 性 を 決 定 す る 方 法 で あ っ て、

- a) 入 力 ユ ニ ッ ト が、前 記 要 求 と 関 連 さ れ た 対 象 現 地 時 間 情 報 を 受 け 入 れ る こ と と、
 - b) プ ロ セ ッ サ が、前 記 要 求 と 関 連 さ れ た 前 記 受 け 入 れ ら れ た 対 象 現 地 時 間 情 報 を、前 記 廣 告 と 関 連 さ れ た 対 象 現 地 時 間 ターゲッ ト 特 定 情 報 と 比 較 す る こ と と、
 - c) プ ロ セ ッ サ が、少 な く と も 前 記 比 較 を 用 い て 前 記 廣 告 の 前 記 関 連 性 を 決 定 す る こ と と、
- と を 具 備 す る 方 法。

【 請 求 項 2 】

前 記 要 求 は、検 索 言 葉 を さ ら に 含 み、前 記 廣 告 の 前 記 関 連 性 を 決 定 す る 前 記 行 為 は、前 記 廣 告 及 び 前 記 検 索 言 葉 と 関 連 さ れ た キーワ ー ド ターゲッ ト 特 定 の 比 較 を さ ら に 使 用 す る、請 求 項 1 に 記 載 の 方 法。

【 請 求 項 3 】

前 記 要 求 は、ド キュ メ ン ト 関 連 性 情 報 を さ ら に 含 み、前 記 廣 告 の 前 記 関 連 性 を 決 定 す る 前 記 行 為 は、廣 告 関 連 性 情 報 及 び 前 記 ド キュ メ ン ト 関 連 性 情 報 の 比 較 を さ ら に 使 用 す る、請 求 項 1 に 記 載 の 方 法。

【 請 求 項 4 】

前 記 対 象 現 地 時 間 情 報 は、(a) 少 な く と も 1 つ の 現 地 時 刻、(b) 少 な く と も 1 つ の

現地時刻帯、(c)少なくとも1つの現地日付、(d)少なくとも1つの現地曜日、(e)少なくとも1つの現地日付範囲、(f)少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g)少なくとも1つの現地季節のうちの少なくとも1つを含む、請求項1に記載の方法。

【請求項5】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項1に記載の方法。

【請求項6】

前記要求は、検索言葉をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定する前記行為は、前記広告及び前記検索言葉と関連されたキーワードターゲット特定の比較をさらに使用する、請求項5に記載の方法。

【請求項7】

前記要求は、ドキュメント関連性情報をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定する前記行為は、広告関連性情報及び前記ドキュメント関連性情報の比較をさらに使用する、請求項5に記載の方法。

【請求項8】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a)少なくとも1つの現地時刻、(b)少なくとも1つの現地時刻帯、(c)少なくとも1つの現地日付、(d)少なくとも1つの現地曜日、(e)少なくとも1つの現地日付範囲、(f)少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g)少なくとも1つの現地季節のうちの少なくとも1つを含む、請求項5に記載の方法。

【請求項9】

広告の点数を決定する方法であって、

- a) 入力ユニットが、要求と関連された対象現地時間情報を受け入れることと、
- b) プロセッサが、前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間価格情報を有するかどうかを決定することと、
- c) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間価格情報を有すると決定された場合は、プロセッサが、少なくとも前記対象現地時間価格情報を用いて前記点数を決定すること、とを具備する方法。

【請求項10】

前記対象現地時間情報は、(a)少なくとも1つの現地時刻、(b)少なくとも1つの現地時刻帯、(c)少なくとも1つの現地日付、(d)少なくとも1つの現地曜日、(e)少なくとも1つの現地日付範囲、(f)少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g)少なくとも1つの現地季節のうちの少なくとも1つを含む、請求項9に記載の方法。

【請求項11】

点数を決定する前記行為は、少なくとも広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項9に記載の方法。

【請求項12】

点数を決定する前記行為は、少なくとも対象現地時間広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項9に記載の方法。

【請求項13】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項5に記載の方法。

【請求項14】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a)少なくとも1つの現地時刻、(b)少なくとも1つの現地時刻帯、(c)少なくとも1つの現地日付、(d)少なくとも1つの現地曜日、(e)少なくとも1つの現地日付範囲、(f)少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g)少なくとも1つの現地季節のうちの少なくとも1つを含む、請求項13に記載の方法。

【請求項15】

点数を決定する前記行為は、少なくとも広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請

求項 1 3 に記載の方法。

【請求項 1 6】

点数を決定する前記行為は、少なくともエンドユーザー現地時間広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項 1 3 に記載の方法。

【請求項 1 7】

広告の点数を決定する方法であって、

- a) 入力ユニットが、要求と関連された対象現地時間情報を受け入れることと、
- b) プロセッサが、前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間パフォーマンス情報を有するかどうかを決定することと、
- c) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間パフォーマンス情報を有すると決定された場合は、プロセッサが、少なくとも前記対象現地時間パフォーマンス情報を用いて前記点数を決定すること、とを具備する方法。

【請求項 1 8】

前記対象現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び(g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 1 7 に記載の方法。

【請求項 1 9】

点数を決定する前記行為は、少なくとも広告価格情報をさらに使用する、請求項 1 7 に記載の方法。

【請求項 2 0】

点数を決定する前記行為は、少なくとも対象現地時間広告価格情報をさらに使用する、請求項 1 7 に記載の方法。

【請求項 2 1】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項 1 7 に記載の方法。

【請求項 2 2】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び(g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 2 1 に記載の方法。

【請求項 2 3】

点数を決定する前記行為は、少なくとも広告価格情報をさらに使用する、請求項 2 1 に記載の方法。

【請求項 2 4】

点数を決定する前記行為は、少なくともエンドユーザー現地時間広告価格情報をさらに使用する、請求項 2 1 に記載の方法。

【請求項 2 5】

要求に関する広告の関連性を決定する装置であって、

- a) 前記要求と関連された対象現地時間情報を受け入れるための入力部と、
- b) 前記要求と関連された前記受け入れられた対象現地時間情報を、前記広告と関連された対象現地時間ターゲット特定情報と比較するための手段と、
- c) 少なくとも前記比較を用いて前記広告の前記関連性を決定するための手段と、を具備する装置。

【請求項 2 6】

前記要求は、検索言葉をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定するための前記手段は、前記広告及び前記検索言葉と関連されたキーワードターゲット特定の比較をさらに使用する、請求項 2 5 に記載の装置。

【請求項 2 7】

前記要求は、ドキュメント関連性情報をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定するための前記手段は、広告関連性情報及び前記ドキュメント関連性情報の比較をさらに使用する、請求項 25 に記載の装置。

【請求項 28】

前記対象現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び (g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 25 に記載の装置。

【請求項 29】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項 25 に記載の装置。

【請求項 30】

前記要求は、検索言葉をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定するための前記手段は、前記広告及び前記検索言葉と関連されたキーワードターゲット特定の比較をさらに使用する、請求項 29 に記載の装置。

【請求項 31】

前記要求は、ドキュメント関連性情報をさらに含み、前記広告の前記関連性を決定するための前記手段は、広告関連性情報及び前記ドキュメント関連性情報の比較をさらに使用する、請求項 29 に記載の装置。

【請求項 32】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び (g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 29 に記載の装置。

【請求項 33】

広告の点数を決定するための装置であって、

a) 要求と関連された対象現地時間情報を受け入れるための入力部と、

b) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間価格情報を有するかどうかを決定するための手段と、

c) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間価格情報を有すると決定された場合は、少なくとも前記対象現地時間価格情報を用いて前記点数を決定するための手段と、を具備する装置。

【請求項 34】

前記対象現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地曜日、(e) 少なくとも 1 つの現地日付範囲、(f) 少なくとも 1 つの現地曜日範囲、及び (g) 少なくとも 1 つの現地季節のうち少なくとも 1 つを含む、請求項 33 に記載の装置。

【請求項 35】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項 33 に記載の装置。

【請求項 36】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも対象現地時間広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項 33 に記載の装置。

【請求項 37】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項 33 に記載の装置。

【請求項 38】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a) 少なくとも 1 つの現地時刻、(b) 少なくとも 1 つの現地時刻帯、(c) 少なくとも 1 つの現地日付、(d) 少なくとも 1 つの現地

曜日、(e) 少なくとも1つの現地日付範囲、(f) 少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g) 少なくとも1つの現地季節のうちの少なくとも1つを含む、請求項37に記載の装置。

【請求項39】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項37に記載の装置。

【請求項40】

点数を決定するための前記手段は、少なくともエンドユーザー現地時間広告パフォーマンス情報をさらに使用する、請求項37に記載の装置。

【請求項41】

点数を決定するための装置であって、

- a) 要求と関連された対象現地時間情報を受け入れるための入力部と、
- b) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間パフォーマンス情報を有するかどうかを決定するための手段と、
- c) 前記広告は前記受け入れられた対象現地時間情報に対応する対象現地時間パフォーマンス情報を有すると決定された場合は、少なくとも前記対象現地時間パフォーマンス情報を用いて前記点数を決定するための手段と、を具備する装置。

【請求項42】

前記対象現地時間情報は、(a) 少なくとも1つの現地時刻、(b) 少なくとも1つの現地時刻帯、(c) 少なくとも1つの現地日付、(d) 少なくとも1つの現地曜日、(e) 少なくとも1つの現地日付範囲、(f) 少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g) 少なくとも1つの現地季節のうちの少なくとも1つを含む、請求項41に記載の装置。

【請求項43】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも広告価格情報をさらに使用する、請求項41に記載の装置。

【請求項44】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも対象現地時間広告価格情報をさらに使用する、請求項41に記載の装置。

【請求項45】

前記対象現地時間情報は、エンドユーザー現地時間情報である、請求項41に記載の装置。

【請求項46】

前記エンドユーザー現地時間情報は、(a) 少なくとも1つの現地時刻、(b) 少なくとも1つの現地時刻帯、(c) 少なくとも1つの現地日付、(d) 少なくとも1つの現地曜日、(e) 少なくとも1つの現地日付範囲、(f) 少なくとも1つの現地曜日範囲、及び(g) 少なくとも1つの現地季節のうちの少なくとも1つを含む、請求項45に記載の装置。

【請求項47】

点数を決定するための前記手段は、少なくとも広告価格情報をさらに使用する、請求項45に記載の装置。

【請求項48】

点数を決定するための前記手段は、少なくともエンドユーザー現地時間広告価格情報をさらに使用する、請求項45に記載の装置。

【 国際調査報告 】

60601420033



INTERNATIONAL SEARCH REPORT		International application No. PCT/US04/31707
A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER IPC: G06Q 30/00(2006.01) USPC: 705/14 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) U.S. : 705/14 Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used) Please See Continuation Sheet		
C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT		
Category *	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
Y,E	US 6,829,780 B2 (KRAFT et al.) 7 December 2004, whole document	1-48
Y,E	US 6,819,919 B1 (TANAKA) 16 November 2004, whole document.	1-48
Y,P	US 6,668,353 B1 (YURKOVIC) 23 December 2003, whole document	1-48
Y	US 6,332,127 B1 (BANDERA et al.) 18 December 18, 2001, whole document.	1-48
<input type="checkbox"/> Further documents are listed in the continuation of Box C.		<input type="checkbox"/> 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 "B" earlier application or patent 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 11 April 2006 (11.04.2006)		Date of mailing of the international search report 24 MAY 2006
Name and mailing address of the ISA/US Mail Stop PCT, Attn: ISA/US Commissioner for Patents P.O. Box 1450 Alexandria, Virginia 22313-1450 Facsimile No. (571) 273-3201		Authorized officer Yehdega Retta Telephone No. (571) 272-3600 30.11.2006

Form PCT/ISA/210 (second sheet) (April 2005)

2)

INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.
PCT/US04/31707

Continuation of B. FIELDS SEARCHED Item 3:
EAST
search, query, keyword, request, time, advertisement

フロントページの続き

(81) 指定国 AP(BW, GH, GM, KE, LS, MW, MZ, NA, SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), EA(AM, AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), EP(AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HU, IE, IT, LU, MC, NL, PL, PT, RO, SE, SI, SK, TR), OA(BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML, MR, NE, SN, TD, TG), AE, AG, AL, AM, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BR, BW, BY, BZ, CA, CH, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DZ, EC, EE, EG, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KP, KR, KZ, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LV, MA, MD, MG, MK, MN, MW, MX, MZ, NA, NI, NO, NZ, OM, PG, PH, PL, PT, RO, RU, SC, SD, SE, SG, SK, SL, SY, TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, YU, ZA, ZM, ZW

(74) 代理人 100109830

弁理士 福原 淑弘

(74) 代理人 100095441

弁理士 白根 俊郎

(74) 代理人 100084618

弁理士 村松 貞男

(74) 代理人 100103034

弁理士 野河 信久

(74) 代理人 100140176

弁理士 砂川 克

(74) 代理人 100092196

弁理士 橋本 良郎

(74) 代理人 100100952

弁理士 風間 鉄也

(72) 発明者 アガーワル、スミット

アメリカ合衆国、カリフォルニア州 94070、サン・カルロス、アシュフォード・アベニュー
399

(72) 発明者 コニングステイン、ロス

アメリカ合衆国、カリフォルニア州 94025、メンロ・パーク、ヘンダーソン・アベニュー
1028

【要約の続き】

報は、エンドユーザー現地時間情報に基づいて追跡することができる。広告クリエイティブのコンテンツ及び/又はランディングページのコンテンツは、エンドユーザー現地時間情報を用いて選択すること及び/又は修正することができる。最後に、企業がエンドユーザー現地時間情報（例えば、ターゲット特定に用いられるエンドユーザー現地時間情報及びエンドユーザー現地時間に依存する価格情報、等）を入力及び/又は修正することを可能にするツール（ユーザーインターフェース、等）を提供することができる。

【選択図】図6