

【公報種別】特許法第 17 条の 2 の規定による補正の掲載
 【部門区分】第 6 部門第 3 区分
 【発行日】平成 28 年 3 月 3 日 (2016.3.3)

【公表番号】特表 2015-505109 (P2015-505109A)
 【公表日】平成 27 年 2 月 16 日 (2015.2.16)
 【年通号数】公開・登録公報 2015-010
 【出願番号】特願 2014-552269 (P2014-552269)
 【国際特許分類】

G 0 6 Q 50/10 (2012.01)

G 0 6 F 13/00 (2006.01)

【F I】

G 0 6 Q 50/10

G 0 6 F 13/00 6 5 0 A

G 0 6 F 13/00 5 4 0 P

【手続補正書】
 【提出日】平成 28 年 1 月 8 日 (2016.1.8)
 【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】

スポンサ記事ユニットを生成するために複数の記事リクエストを受信する工程であって、各記事リクエストは、閲覧ユーザのつながりによって実行された対話の種類を指定する工程と、

複数の対話を特定する工程であって、各対話は、前記閲覧ユーザとのつながりを有するユーザによって実行される工程と、

前記複数の記事リクエストから記事リクエストを選択する工程であって、選択された該記事リクエストは、特定された前記複数の対話のうちの少なくとも 1 つの対話に対応する対話の種類を指定する工程と、

1 または複数の投稿を特定する工程であって、特定された各投稿は、選択された前記記事リクエストにおいて指定された対話の種類に対応する少なくとも 1 つの前記特定された対話に伴われるソーシャルネットワーキングオブジェクトとつながりを有する工程と、

前記 1 または複数の投稿から少なくとも 1 つの投稿を選択する工程と、

(1) 前記少なくとも 1 つの対話を記述するコンテンツと (2) 選択された前記少なくとも 1 つの投稿に対するコンテンツとを含むスポンサ記事ユニットを生成する工程と、

前記閲覧ユーザに表示するための前記スポンサ記事ユニットを提供する工程とを含む方法。

【請求項 2】

前記少なくとも 1 つの投稿と前記ソーシャルネットワーキングオブジェクトとの間の前記つながりは、該ソーシャルネットワーキングオブジェクトに投稿されている前記少なくとも 1 つの投稿を通じて以前に形成されたつながりである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 3】

選択された前記少なくとも 1 つの投稿は、選択された前記記事リクエストに指定された対話の種類に対応する少なくとも 1 つの対話を実行したユーザとは異なるユーザによって提供される、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 4】

選択された前記少なくとも 1 つの投稿を提供したユーザは、前記閲覧ユーザとつながっていない、請求項 3 に記載の方法。

【請求項 5】

前記スポンサ記事ユニットは、前記閲覧ユーザからの情報を受信するための入力要素をさらに含む、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 6】

前記入力要素を通じて前記閲覧ユーザから情報を受信する工程と、

前記閲覧ユーザとつながっているユーザに表示するための別のスポンサ記事ユニットを提供する工程であって、該別のスポンサ記事ユニットは、該閲覧ユーザから前記入力要素を通じて受信した該情報に少なくとも一部が基づいて提供される工程とをさらに含む、請求項 5 に記載の方法。

【請求項 7】

前記別のスポンサ記事ユニットは (1) 前記入力要素による前記閲覧ユーザの対話を記述するコンテンツと (2) 前記入力要素を通じて受信された情報とを含む、請求項 6 に記載の方法。

【請求項 8】

前記記事リクエストを選択する工程は、

前記複数の記事リクエストの各々に対して、広告主によって提供される入札価格と前記閲覧ユーザが前記記事リクエストに対応するスポンサ記事ユニットに関する推定確率とに基づいて前記記事リクエストの期待値を決定する工程と、

前記複数の記事リクエストのうち最も高い期待値を有する記事リクエストを選択する工程とを含む、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 9】

前記閲覧ユーザが所定の記事リクエストに対応するスポンサ記事ユニットに関する推定確率は、前記閲覧ユーザとつながっているユーザが前記所定の記事リクエストにおいて指定されている対話の種類の実行した、前記所定の記事リクエストに対応する、ソーシャルネットワーキングオブジェクトに対する前記閲覧ユーザの親近感に基いて決定される、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 10】

ソーシャルネットワーキングシステムにおいて閲覧ユーザとつながっている 1 または複数のユーザを特定する工程と、

特定された前記 1 または複数のユーザが対話をした複数のソーシャルネットワーキングオブジェクトを特定する工程と、

前記複数のソーシャルネットワーキングオブジェクトからソーシャルネットワーキングオブジェクトを選択する工程と、

選択された前記ソーシャルネットワーキングオブジェクトに関連付けられた 1 または複数の関連する投稿を特定する工程と、

特定された前記 1 または複数の関連する投稿のうち少なくとも 1 つを選択する、投稿選択工程と、

(1) 前記閲覧ユーザとつながっているユーザと選択された前記少なくとも 1 つのソーシャルネットワーキングオブジェクトとの間の対話を記述するコンテンツと (2) 選択された前記少なくとも 1 つの特定された関連する投稿について記述するコンテンツとを含むスポンサ記事ユニットを生成する工程と、

前記閲覧ユーザに表示するための前記スポンサ記事ユニットを提供する工程とを含む方法。

【請求項 11】

前記投稿選択工程は、前記ソーシャルネットワーキングオブジェクトに対して最近に発行された投稿を選択する工程を含む、請求項 10 に記載の方法。

【請求項 12】

前記投稿選択工程は、特定された前記 1 または複数の関連する投稿の少なくとも 1 つの

各投稿に対してユーザエンゲージメント値を決定する工程と、

最も高いユーザエンゲージメント値を有する投稿を選択する工程とを含む、請求項 1 0 に記載の方法。

【請求項 1 3】

投稿に対してユーザエンゲージメント値を決定することは、前記ソーシャルネットワーキングシステムのユーザが前記投稿と対話をした回数に少なくとも一部が基づいている、請求項 1 2 に記載の方法。

【請求項 1 4】

投稿に対してユーザエンゲージメント値を決定することは、前記ソーシャルネットワーキングシステムのユーザによって提供される前記投稿に対する品質評価に少なくとも一部が基づいている、請求項 1 2 に記載の方法。

【請求項 1 5】

前記投稿選択工程は、

前記 1 または複数の関連する投稿のうち少なくとも 1 つに対する友達係数を決定する工程であって、該友達係数は、前記閲覧ユーザと前記 1 または複数の関連する投稿の少なくとも 1 つを生成した 1 または複数のユーザとの間の対話回数に少なくとも一部が基づいている工程と、

最も高い友達係数を有すると判断される 1 つの投稿を選択する工程とを含む、請求項 1 0 に記載の方法。

【請求項 1 6】

前記投稿選択工程は、

投稿内のコンテンツと前記閲覧ユーザのユーザプロフィール内のコンテンツとの間の一致を特定する工程と、

前記一致に少なくとも一部が基づいて前記投稿を選択する工程とを含む、請求項 1 0 に記載の方法。

【請求項 1 7】

前記一致は完全なテキスト一致またはコンセプト一致の少なくとも 1 つである、請求項 1 6 に記載の方法。

【請求項 1 8】

ソーシャルネットワーキングシステムにおいて実行される少なくとも 1 つのアクションを選択する工程であって、該少なくとも 1 つのアクションは、閲覧ユーザとつながっている少なくとも 1 つのユーザによって、ソーシャルネットワーキングオブジェクトについて実行される工程と、

前記ソーシャルネットワーキングオブジェクトに対して投稿された 1 または複数のコンテンツアイテムを選択する工程と、

(1) 前記少なくとも 1 つのアクションについて記述するコンテンツと (2) 選択された前記 1 または複数のコンテンツアイテムとを含むスポンサ記事ユニットを生成する工程と、

前記閲覧ユーザに表示するための前記スポンサ記事ユニットを提供する工程とを含む方法。

【請求項 1 9】

前記スポンサ記事ユニットは、前記閲覧ユーザからの入力を受信するための入力要素をさらに含む、請求項 1 8 に記載の方法。

【請求項 2 0】

前記入力要素を通じて前記閲覧ユーザから入力を受信する工程と、

前記入力の受信に応答して前記ソーシャルネットワーキングオブジェクトに入力を投稿する工程とをさらに含む、請求項 1 9 に記載の方法。

【請求項 2 1】

前記 1 または複数のコンテンツアイテムを選択することは、前記ソーシャルネットワーキングオブジェクトに最近に発行されたコンテンツアイテムを選択する工程を含む、請求

項 1 8 に記載の方法。

【請求項 2 2】

前記 1 または複数のコンテンツアイテムを選択することは、

1 組のコンテンツアイテムの各々に対してユーザエンゲージメント値を決定する工程であって、ユーザエンゲージメント値の決定は、前記ソーシャルネットワーキングシステムのユーザがコンテンツアイテムと対話をした回数に少なくとも一部が基づいている工程と

、
最も高いユーザエンゲージメント値を有する組からコンテンツアイテムを選択する工程とを含む、請求項 1 8 に記載の方法。