



(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(11) 공개번호 10-2014-0075817
(43) 공개일자 2014년06월19일

- (51) 국제특허분류(Int. Cl.)
HO4N 7/08 (2006.01) *HO4N 21/458* (2011.01)
- (21) 출원번호 10-2014-7015007(분할)
- (22) 출원일자(국제) 2009년06월02일
심사청구일자 空
- (62) 원출원 특허 10-2010-7029594
원출원일자(국제) 2009년06월02일
- (85) 번역문제출일자 2014년06월02일
- (86) 국제출원번호 PCT/US2009/046033
- (87) 국제공개번호 WO 2009/149129
국제공개일자 2009년12월10일
- (30) 우선권주장
12/131,824 2008년06월02일 미국(US)

- (71) 출원인
엘몬드네트, 임크.
미국, 뉴욕 10012, 뉴욕, 스위트 302, 스프링 스트리트 134
- (72) 발명자
슈케디, 로이
미국, 뉴욕 10012, 뉴욕, 스위트 302, 스프링 스트리트 134
- (74) 대리인
강명구

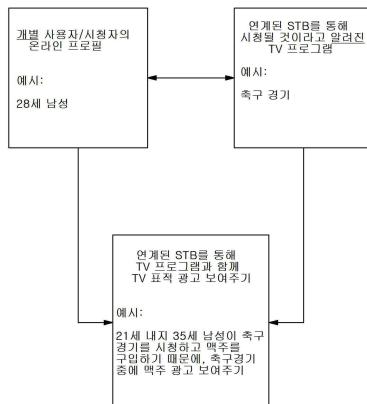
전체 청구항 수 : 총 1 항

(54) 발명의 명칭 온라인 사용자 프로필을 기초로 선택되고 상기 프로필과 관련성 있는 텔레비전 프로그램 또는 채널과 함께 제공되는 텔레비전 표적 광고

(57) 요 약

컴퓨터에 의해 구현되는 자동화 방법은 텔레비전 프로그램 또는 텔레비전 채널과 연관하여, 선택된 텔레비전 광고의 제시를 자동으로 조정하는 단계를 포함한다. 온라인 사용자 프로필과 텔레비전 프로그램(또는 텔레비전 채널) 간의 관계가 식별되며, 상기 관계는 온라인 사용자 프로필의 정보를 부분적으로 또는 전적으로 기초로 한다. 상기 텔레비전 광고는 온라인 사용자 프로필의 정보를 부분적으로 또는 전적으로 기초로 하여 선택된다. 선택된 텔레비전 광고는, 온라인 사용자 프로필과 연관된 해당 셋-톱 박스 식별자를 갖는 셋-톱 박스를 통해, 온라인 사용자 프로필과 관련성이 있다고 식별된 텔레비전 프로그램이나 텔레비전 채널과 연관하여, 제시된다.

대 표 도 - 도7



특허청구의 범위

청구항 1

제 1 텔레비전 프로그램 또는 채널의 제시와 연관하여, 선택된 제 1 텔레비전 광고를 제시하도록 자동으로 구성되는 단계를 포함하는 컴퓨터에 의해 수행되는 자동화 방법으로서,

- (a) 제 1 텔레비전 프로그램 또는 채널과 제 1 온라인 사용자 프로필 간 관계가 상기 제 1 온라인 사용자 프로필의 정보를 적어도 부분적으로 기초로 하여 자동으로 식별되고,
- (b) 제 1 텔레비전 광고가 제 1 온라인 사용자 프로필의 정보를 적어도 부분적으로 기초로 하여 자동으로 선택되고,
- (c) 선택된 제 1 텔레비전 광고 및 제 1 텔레비전 광고 또는 채널이 제 1 온라인 사용자 프로필과 연관된 대응하는 제 1 셋-톱 박스 식별자를 갖는 제 1 셋-톱 박스를 통해 제시되는 것을 특징으로 하는 컴퓨터에 의해 수행되는 자동화 방법.

명세서

기술 분야

[0001]

본 발명의 기술 분야는 온라인 사용자 프로필을 기반으로 표적을 정하는 텔레비전 광고를 제공하는 것과 관련되어 있다. 특히, 온라인 사용자 프로필과의 관계가 식별된 텔레비전 프로그램 또는 텔레비전 채널과 연관하여 온라인 사용자 프로필을 바탕으로 선택된 텔레비전 표적 광고를 제공하기 위한 시스템 및 방법이 기재된다.

배경기술

[0002]

현재, 다양한 시스템 및 방법이 사용자/시청자/소비자 행동을 기반으로 광고의 표적을 정한다. 이들 시스템 및 방법 중 다수는, 행동을 보이는 개인을 상기 개인을 표적으로 하는 광고와 상관시키기 위한 개인 식별 정보(PII: personally identifiable information)의 수집에 의존한다. 일부 시스템에서, 상기 PII를 수집하지 않고, 광고의 표적을 정할 수 있지만, 이러한 시스템에서는 광고가 비 개인 식별 정보(non-personally identifiable information)가 측정되거나 수집된 매체와 동일한 매체를 통해 전달되는 것이 일반적이다. 예를 들어, 많은 식료 잡화점이, PII에 링크될 수는 있지만 반드시 그럴 필요는 없는 이른바, “클럽 카드(club card)”를 나눠준다. 구매자는 다양한 할인을 얻기 위해 상기 카드를 계산대에서 제시하여, 상점이 구매 물품의 목록을 상기 카드로 링크시킬 수 있다. 시스템이 카드 소유자의 구매 습관을 “습득”함에 따라, 카드 소유자가 이전에 한 구매, 또는 과거의 구매를 기초로 카드 소유자가 구매하기를 원할 수 있다고 시스템이 예측한 구매를 표적으로 정한 쿠폰을 발행하기 시작할 수 있다. 또 하나의 예를 들자면, 온라인 광고의 표적은, PII를 이용하지 않고, 인터넷 사용자의 온라인 활동을 기반으로 정해질 수 있다. 브라우저의 쿠키를 이용하여, 광고 서버(ad server)는, 인터넷 사이트에서, 또는 광고 서버에 링크된 다른 사이트에서, 이전에 검색을 실시한 적이 있거나, 콘텐츠를 액세스한 적이 있거나, 광고를 시청한 적이 있는 인터넷 사이트 방문자(더 정확히는, 컴퓨터 또는 그 밖의 다른 방문자가 사용한 장치)를 인식할 수 있다. 상기 광고 서버는 이전의 활동을 기반으로 사이트 방문자를 미래의 광고의 표적으로 정할 수 있다. 다시 말하지만, 여기서 PII를 반드시 이용할 필요는 없다. 예를 들어, 온라인 여행 사이트에서 남부 캘리포니아행 항공권을 검색한 적이 있는 사용자는 나중에, 디즈니랜드(Disneyland)에 대한 온라인 표적 광고를 수신할 수 있다. 상기 온라인 표적 광고는, 아마도 사용자가 또 다른 온라인 사이트를 방문 중일 때, (온라인 여행 사이트로부터 사용자의 검색 정보를 수집하거나 수신한) 광고 서버에 의해 사용자의 컴퓨터로 전달된다.

[0003]

“매체 혼합(cross medium)”을 전달하기 위해, 즉, 하나의 매체에서 나타난 사용자 행동을 기반으로, 또는 습득된 인구 통계학적 정보를 기반으로 하여, 또 다른 매체를 통해 광고가 제공될 때, 광고 표적화가 점점 더 어려워지고 있다. 매체 혼합 광고의 하나의 예로는 온라인 사용자 프로필을 기반으로 표적화된 텔레비전 광고의 제공이 있다. 그러나 온라인 액세스 장치(가령, 인터넷에 연결된 컴퓨터)와 대응하는 텔레비전 장치(가령, 셋-톱 박스)를 연관시킬 필요성으로부터 한 가지 어려움이 발생한다. PII를 이용함으로써, 적합한 연관이 촉진될

수 있다. PII를 이용하지 않고, 컴퓨터와 TV 유닛을 연관시키기 위한 몇 가지 방법이 고안되었다. 가령, 본 출원의 발명자, Roy Shkedi의 2007년4월17일자 미국 특허출원 제11/736,544호(발명의 명칭: Targeted television advertisements based on online behavior")과, 2007년12월31일자 미국 특허출원 제11/968,117호(발명의 명칭: Targeted online advertisements based on viewing or interacting with television advertisements)에 기재된 방법들이 있으며, 상기 미국 특허출원들은 본원에서 참조로서 포함된다. 이러한 연관을 구축하기 위한 그 밖의 다른 방법이 존재할 수 있으며, 미래에 개발될 수 있다. 그러나 (PII를 이용한, 또는 이용하지 않은) 연관은 이뤄지며, 가택에서 컴퓨터의 인터넷 액세스 동안 수집되거나 발생되는 온라인 사용자 프로필로부터의 정보와의 (PII를 이용하거나 이용하지 않는)연관이 사용되어, 상기 컴퓨터와 연관된 셋-톱 박스를 통해 제공될 수 있는 텔레비전 표적 광고를 선택할 수 있다.

[0004] 그러나 하나의 가택에 (각각 독립적으로 온라인 콘텐츠를 액세스하고, 독립적으로 텔레비전을 시청하는) 복수의 사용자가 있을 수 있기 때문에, 문제는 여전하다. 제 1 가택 구성원에 대한 온라인 사용자 프로필 정보를 기반으로 선택된 표적 광고가 제 2 가택 구성원(특히, 상기 표적 광고가 적합하거나 효과적이지 않을 수 있는 구성원)에게 제시되는 경우, 상기 표적 광고는 쓸모없을 수 있다. 예를 들면, 광고 서버가 아버지가 본인의 온라인 투자 계좌를 체크했다고 인식한 바를 기초로 하여 표적화된 투자 조언에 대한 텔레비전 광고가, 딸이 대중음악 쇼를 시청하는 동안 텔레비전에 제시되는 경우, 광고 서버가 아버지의 컴퓨터가 딸이 시청하고 있는 텔레비전과 연결된 셋-톱 박스와 연관되어 있다고 판단했더라도, 상기 텔레비전 광고는 버려질 것이다.

[0005] 따라서 온라인 사용자 프로필을 기초로 표적화된 텔레비전 광고가, 해당하는 사용자(즉, “표적”)가 텔레비전을 시청하는 동안 제공될 확률을 높이는 시스템과 방법을 제공하는 것이 바람직할 수 있다.

발명의 내용

과제의 해결 수단

[0006] 컴퓨터에 의해 구현되는 자동화 방법은 텔레비전 프로그램 또는 텔레비전 채널과 연관하여, 선택된 텔레비전 광고의 제시를 자동으로 조정하는 단계를 포함한다. 온라인 사용자 프로필과 텔레비전 프로그램(또는 텔레비전 채널) 간의 관계가 식별되며, 상기 관계는 온라인 사용자 프로필의 정보를 부분적으로 또는 전적으로 기초로 한다. 상기 텔레비전 광고는 온라인 사용자 프로필의 정보를 부분적으로 또는 전적으로 기초로 하여 선택된다. 선택된 텔레비전 광고는, 온라인 사용자 프로필과 연관된 해당 셋-톱 박스 식별자를 갖는 셋-톱 박스를 통해, 온라인 사용자 프로필과 관련성이 있다고 식별된 텔레비전 프로그램이나 텔레비전 채널과 연관하여, 제시된다.

[0007] 온라인 사용자 프로필을 기초로 표적화된 텔레비전 광고를 제시하는 것과 관련된 목표와 이점은, 첨부된 도면에 도시되고, 다음의 상세한 설명 및 청구범위에서 기재된 예시적 실시예들을 참조할 때 더 명확해질 수 있다.

도면의 간단한 설명

[0008] 도 1은 온라인 사용자 프로필이 수집되거나 생성될 때 온라인 사용자, 온라인 사이트 및 중앙 광고 서버 간의 예시적 상호대화를 도시한다.

도 2는 사용자의 셋-톱 박스(STB)로 텔레비전 표적 광고가 전달되는 예시를 도시한다.

도 3A 및 3B는 선택된 텔레비전 프로그램 동안, 또는 선택된 텔레비전 채널에서의 텔레비전 표적 광고의 제시를 위한 예시적 프로세스를 도시한다.

도 4A는 선택된 텔레비전 프로그램 중에 시간에 따라 삽입되는 텔레비전 표적 광고를 도시한다.

도 4B 및 4C는 선택된 텔레비전 프로그램 직전에, 또는 직후에 제시되는 텔레비전 표적 광고를 도시한다.

도 5A-5E는 선택된 텔레비전 프로그램과 공간적으로 조합되는 텔레비전 표적 광고를 도시한다.

도 6A 및 6B는 종래의 광고 모델을 개략적으로 도시한다.

도 7은 예시적 광고 모델을 개략적으로 도시한다.

발명을 실시하기 위한 구체적인 내용

- [0009] 본원에서 사용되는 용어들 중 일부는 다음과 같이 정의된다.
- [0010] 텔레비전 제공자(TVP: television provider) : 임의의 적합한 전송 매체(제한되지 않는 예를 들자면, 동축 케이블, 광섬유 케이블, 네트워크 케이블, 전화 선, 위성 송신, VHF나 UHF 전송, 오버더에어(over-the-air) 네트워크 전송, 또는 무선 전송(가령, 모바일 전화 인프라구조를 통한 무선 전송))를 통해 가입자, 즉 사용자에게 텔레비전 서비스를 제공하는 개체.
- [0011] 인터넷 서비스 제공자(ISP; 이에 상응하는 단어로는 온라인 액세스 제공자) : 임의의 적합한 전송 매체(제한되지 않는 예를 들자면, 동축 케이블, 광섬유 케이블, 네트워크 케이블, 전화 선, 위성 송신, 무선 송신(가령, WiMax, WiFi, 또는 그 밖의 다른 IEEE 802 무선 프로토콜), 또는 VHF나 UHF 전송을 통해, 가입자, 즉 사용자에게 온라인 액세스를 제공하는 개체. 온라인 액세스에 의해, 가입자가 인터넷 및 인터넷의 무수한 온라인 사이트들, 또는 인터넷을 계승하는 미래의 네트워크를 액세스할 수 있다.
- [0012] ISP/TVP : 일부 경우에서 하나의 단일 개체(또는 하나의 단일 개체에 의해 제어되는 제공자)가 1명 이상의 가입자(즉 사용자)에게 텔레비전 서비스와 온라인 액세스를 동시에 제공할 수 있다. 이러한 개체를 본원에서 ISP/TVP라고 일컫는다. 도면에서 ISP와 TVP가 별도로 표시된 박스로 표현되지만, 도면은 ISP와 TVP가 독립적인 개체인 실시예뿐 아니라, 하나의 ISP/TVP가 두 서비스를 모두 제공하는 실시예까지 모두 포함하는 것으로 의도된다.
- [0013] 셋-톱 박스(STB) : 텔레비전과 텔레비전 신호 소스(television signal source)를 연결하는 장치. STB는 인입 텔레비전 신호를 수신하고 상기 수신된 텔레비전 신호에서 콘텐츠를 추출하여, 상기 추출된 콘텐츠를 텔레비전으로 전송하여 사용자에게 보여준다. 상기 텔레비전 신호 소스는 컴퓨터 네트워크 케이블(가령, 이더넷 또는 그 밖의 다른 전송-속도 케이블), 위성 접시, 케이블 텔레비전 시스템에 연결된 동축 케이블, 전화 선 또는 디지털 가입자 라인(DSL), 무선 네트워크 연결, 안테나(VHF, UHF, 디지털 등) 또는 또 다른 적합한 신호 소스 중 하나일 수 있다. 상기 콘텐츠의 예로는, 비디오(보통 오디오 부분을 포함하는 것일 수 있음), 오디오, 인터넷 웹 폐이지, 상호대화형 게임, 또는 그 밖의 다른 콘텐츠가 있다. STB는 전용 텔레비전 튜너(television tuner)를 포함할 수 있으며, 포함하지 않을 수도 있다. 각각의 STB에는, 대응하는 TVP에 의한 종류에 대한 하나씩의 식별자(가령, TVP가 특정 신호나 프로그램을 특정 STB로 전달할 수 있게 하는 식별자, 또는 특정 STB로부터 수신된 요청(request), 명령어(command), 질의(query) 또는 응답을 식별하기 위한 식별자, 또는 그 밖의 다른 목적을 위한 식별자)가 할당되는 것이 일반적이다. 일부 경우, 이러한 STB 식별자는 대응하는 TVP에게만 알려질 수 있으며, 외부 통신을 위해서는 이용가능하지 않을 수 있다. STB가 신호 소스로서의 인터넷에 연결되어 있는 경우(직접, 또는 또 다른 장치를 통해, 또는 대응하는 TVP를 통해 연결되어 있는 경우; 인터넷에만 연결, 또는 또 다른 신호 소스(가령, 케이블 텔레비전 전송 인프라구조)에도 별별로 연결되어 있는 경우), 상기 STB 식별자는 STB IP 주소(즉, 인터넷 프로토콜 주소)를 포함할 수 있다. STB가 인터넷과 또 다른 신호 소스 모두에 연결되어 있는 경우, STB 식별자는 STB IP 주소에 추가로, 그 밖의 다른 신호 소스에 특정된 식별자를 포함할 수 있다. 일부 경우에서, STB 식별자는 정적(static) 특성을 가지며, 또 다른 경우(특히, STB IP 주소를 포함하는 경우), 상기 STB 식별자는 동적(dynamic) 특성을 가져서 때때로 변화할 수 있다. STB 식별자는 STB IP 주소를 포함하거나, 인프라구조 회사(가령, 케이블 회사)가 자신의 회사의 STB를 식별하기 위해 사용되는 식별자일 수 있다.
- [0014] STB(Set Top Box)라는 명칭에도 불구하고, STB가, 말 그대로, 반드시 텔레비전 세트의 상단에 물리적으로 위치해야 할 필요는 없다. 현재의 기술에서, 통상, STB는 물리적으로 텔레비전 세트에 인접하여, 예컨대, 미디어 캐비닛 등의 내부에 위치하지만, 심지어 STB는 텔레비전에 인접하게 위치할 필요도 없다. STB가 박스 형태일 필요도 없다. 오히려, STB는, 예를 들어, 또 다른 기능을 갖는 또 다른 “박스”(가령, 텔레비전, 케이블 또는 그 밖의 다른 연결 수단, 컴퓨터, 또는 건물 설비 또는 정선 박스)와 물리적으로 접적되는 회로 기판, 접적 회로, 접적 회로의 세트, 또는 소프트웨어로서 구현되거나, 어떠한 “박스” 내에도 하우징되지 않을 수 있다.
- [0015] 디지털 비디오 레코더(DVR, 또는 PVR(personal video recorder)) : 비디오 콘텐츠를 디지털 저장 매체(가령, 하드 드라이브) 상에 디지털-인코딩 형식(digitally encoded format)으로 저장하고, 저장된 콘텐츠의 재생을 가능하게 하는 장치.
- [0016] 주문형 비디오(VOD: video-on-demand) : 사용자의 요청에 응답하여 신호 소스로부터 전달된 비디오 콘텐츠를 사용자가 선택하고 시청할 수 있게 하는 시스템. 통상, 요청된 비디오 콘텐츠는 사용자가 선택한 시간대에서 시청될 수 있으며, 사용자가 원하는 대로, 일시적으로 멈추게 되거나, 되감기거나, 빠르게 재생될 수 있다. VOD 시스템은 콘텐츠를 “스트리밍(streaming)”하거나(비디오 콘텐츠의 요청된 아이템의 일부분이 신호 소스로부터 배달되는 중일 때 다른 부분을 시청하는 것이 가능), 콘텐츠를 “다운로드(download)”하여 신호 소스로부터 완

전한 아이템이 배달된 후에만 시청이 가능할 수 있다. 일부 VOD 시스템은 사용자가 상호대화형 텔레비전 시스템의 일부로서 네트워크를 통해 비디오 콘텐츠를 선택하고 시청할 수 있게 한다.

[0017] 상호대화형 텔레비전(상호대화형 TV, iTV, idTV, ITV) : 시청자가 텔레비전으로 배달된 비디오 콘텐츠와 상호대화할 수 있게 하는 임의의 텔레비전 시스템. 상호대화형 텔레비전의 예로는, TV "크로스오버 링크"를 통한 웹사이트로의 액세스, 전자 메일 및 온라인 채팅, 온라인 상거래, (표준 텔레비전 제공물에 비해) 향상된 그래픽 등이 있다.

[0018] 인터넷 프로토콜 텔레비전(IPTV) : 인터넷 프로토콜(IP)을 이용하는 컴퓨터 네트워크를 통해 텔레비전 콘텐츠가 배달되는 시스템. 거주지 사용자를 위해, IPTV는 종종, 주문형 비디오와 결합하여 제공되고, 또한 인터넷 서비스(가령 인터넷 액세스 및 VoIP(Voice-over-IP))와도 묶어질 수 있다. 산업에서는, IPTV, VoIP 및 인터넷 액세스의 상업적 뮤음을 종종, “3중 플레이(triple play)”라고 일컫는다. 추가적인 전화통신 서비스(가령, 모바일 음성 또는 데이터 서비스)가 추가되어, “4중 플레이(quadruple play)”를 생성하며, 또 다른 서비스가 추가되어 5중 이상 플레이가 생성될 수 있다. 통상적으로 IPTV는 폐쇄형 네트워크 인프라구조를 이용하는 광대역 서비스 제공자에 의해 공급된다. 또한 IPTV는 인터넷을 통해, 또는 그 밖의 다른 공공으로 액세스 가능한 컴퓨터 네트워크를 통해 제공될 수 있으며, 이 경우, IPTV는 인터넷 TV 또는 TV-오버-인터넷(TV-over-Internet)이라고 일컬어질 수 있다. 또한 IPTV는 기업 LAN이나 그 밖의 다른 사업체 네트워크를 통해, 비디오 또는 그 밖의 다른 콘텐츠를 배달하기 위해 사용될 수 있다.

[0019] 온라인 사용자 인터페이스 장치 : 원격 네트워크(가령 인터넷)을 액세스하기 위해 사용되는 임의의 사용자 인터페이스 장치로서, 예를 들자면, 셀 폰(또는 모바일 핸드셋), PDA(personal digital assistant) 또는 네트워크-연결된 컴퓨터(데스크톱, 워크스테이션, 노트북, 랩톱 등)가 있음.

[0020] 온라인 액세스 장치 : 온라인 사용자 인터페이스 장치를 원격 네트워크(가령, 인터넷)로 연결하기 위해 사용되는 임의의 장치로서, 예를 들자면, 모뎀, 유선/무선 라우터, 무선 액세스 포인트, 유선 네트워크 어댑터(가령, 이더넷 어댑터), 무선 네트워크 어댑터(가령, IEEE 802.11, ED-VO, EDGE, HSPA, CDMA, GSM 등), 또는 광섬유 기반 네트워크 어댑터(가령, 네트워크 인터페이스 유닛 또는 광학 네트워크 단말기)가 있다. 여러 다른 타입의 온라인 액세스 장치가 하나의 단일 유닛으로 결합될 수 있다(가령, LAN용 라우터로서도 기능하는 모뎀). 온라인 사용자 인터페이스 장치와 온라인 액세스 장치가 하나의 단일 유닛으로 결합될 수 있다(가령, 이더넷 어댑터, 무선 어댑터 또는 모뎀이 탑재된 컴퓨터). 각각의 온라인 액세스 장치는 이더넷 프로토콜 주소(즉, IP 주소, 현재의 IPv4 하에서, IP 주소는 0 내지 255 범위의 4개의 숫자 시퀀스를 포함한다. 즉, 32-비트 주소이며, 추후의 IPv6 하에서, IP 주소는 128-비트 주소를 포함할 것이다)에 의해 인터넷 상에서 식별되는 것이 일반적이다. 인터넷을 통한 데이터의 전송은 모두, 전송되는 데이터가 의도된 목적지에 도달할 수 있게 하는 목적지 IP 주소를 포함한다. 일부 경우에서, 온라인 장치는 정적 IP 주소를 가지며, 더 일반적인 경우인 다른 경우에서, 온라인 액세스 장치는 동적이며 때때로 변할 수 있는 IP 주소를 갖는다. 본원에서 사용될 때 IP 주소는, 인터넷을 통해 전송되는 데이터가 의도된 목적지에 도달하도록 하는 것으로 의도되지만, IP 주소라는 용어는, 이러한 전송되는 데이터를 인터넷(또는 모든 미래의 인터넷 계승물)을 통해, 의도되는 목적지로 라우팅하기 위해 사용되는 기능적으로 동등한 온라인 액세스 장치 식별자까지 아우르는 것으로 의도된다. 온라인 액세스 식별자의 다양한 예시가 이하에서 기재되며, 예를 들어, IP 주소, 또는 IP 주소의 일부를 포함하는 온라인 액세스 식별자가 있다.

[0021] 사용자(다른 단어로는 가입자, 또는 시청자) : 온라인 액세스 제공자나 텔레비전 서비스 제공자에 의해 서비스 되는 가택, 사무실, 비즈니스 사이트 또는 그 밖의 다른 사이트 내 배달 종착점에서 온라인 액세스 또는 텔레비전 서비스를 수신하는 사람. 복수의 사용자가 하나의 단일 사이트나 점포에 위치할 수 있다. 텔레비전 광고 또는 프로그램은 지정 사용자의 하나의 텔레비전 세트 또는 복수의 텔레비전 세트에서 제공될 수 있으며, 마찬가지로, 온라인 액세스 또는 광고 전달은 지정 사용자의 하나 이상의 컴퓨터 또는 그 밖의 다른 온라인 인터페이스 장치와 관련될 수 있다. 일부 경우에서, 복수의 물리적 장소를 갖는 사업체는 개별 온라인 또는 텔레비전 서비스에 의해 서비스될 수 있지만, 다른 경우에서, 사업체가 복수의 물리적 장소로 제공되는 서비스를 확장하는 하나의 내부 LAN이나 WAN을 가질 수 있다. 또한, 일부 컴퓨터 및 텔레비전은 휴대용(portable)이며, 원격 장소로부터 제공된 서비스를 액세스할 수 있다. 따라서 용어 “사용자”는 제공된 서비스를 수신하는 1명 이상의 사람을 일컫기 위한 것이며, 이러한 경우 고정된 또는 단일 장소를 필요로 하지 않는다.

[0022] 사용자 프로필 : 온라인 액세스 또는 텔레비전 서비스의 특정 사용자와 관련된 정보. 프로필 정보는 인구통계학적 정보이거나, 관찰된 온라인(또는 텔레비전) 관련 활동이나 사용자의 행동을 기초로 한 정보이거나, 사용자에

의해 제공되거나 보고된 공표 정보를 기초로 한 정보일 수 있다. 상기 프로필 정보는 명시적인 것(가령, 공표되거나 보고된 정보), 또는 묵시적인 것(가령, 프로필의 다른 정보를 토대로 추론된 정보)일 수 있다. 사용자 프로필은 온라인과 텔레비전 매체들 중 단 한 가지를 통해 수집된 또는 생성된 정보를 포함하는 경우, 적절하게 온라인 사용자 프로필 또는 텔레비전 사용자 프로필이라고 지칭될 수 있다. 사용자 프로필은 하나 이상의 소스(즉, 프로필 제공자(이하에서 더 상세히 설명됨))에 의해 수집되거나 발생될 수 있다. 사용자 프로필은 로컬하게 사용자의 컴퓨터나 셋-톱 박스에 저장되거나(가령, 브라우저 쿠키), 원격으로 하나 이상의 서버, 광고 서버, 또는 온라인 사이트, 또는 이들의 다양한 조합에 저장될 수 있다. 단일 개체가 이러한 복수의 위치를 제어하거나, 개별적인 개체들이 서로 다른 위치를 따로 따로 제어할 수 있다. 임의의 적합한 방식으로, 가령, 프로필의 다양한 부분 각각이 하나의 공통 사용자 이름, IP 주소, 또는 그 밖의 다른 온라인 액세스 식별자, 또는 사용자의 컴퓨터에 위치하는 쿠키나 태그를 포함하거나 참조함으로써, 상기 프로필의 다양한 부분들이 서로 링크되거나 연관될 수 있다. 저장의 방식 및 위치(로컬인지 원격인지, 단일 위치인지 분산 위치인지, 단일 개체 제어인지 복수 개체 제어인지)에 관계없이, 특정 사용자와 연관되는 프로필 정보 전체를 “사용자 프로필”이라고 집합적으로 일컬을 수 있다.

[0023] 행동 표적화(behavioral targeting) : 하나의 사용자에게, 사용자의 활동(일반적으로, 최근의 활동)을 기반으로 선택된 특정 광고를 전달하는 것. 사용자의 활동의 예를 들면, 사용자에 의해 수행된 온라인 또는 텔레비전-기반 검색; 사용자에 의해 온라인으로 또는 텔레비전으로 시청된 또는 그 밖의 다른 방식으로 액세스된 콘텐츠; 사용자에 의해 온라인이나 텔레비전으로 시청되거나, 클릭되거나, 상호대화되거나, 그 밖의 다른 방식으로 액세스된 온라인 또는 텔레비전 광고; 사용자에 의해 온라인이나 텔레비전으로 이뤄진 쇼핑이나 구매; 그 밖의 다른 임의의 이전 가입자의 온라인이나 텔레비전 활동이 있다.

[0024] 중앙 광고 서버(CAS: Central Ad Server) : (텔레비전이나 온라인으로 이뤄지는) 온라인 사이트의 방문자나 텔레비전 프로그램의 시청자에게로의 광고 전달을 관리하는 컴퓨터 서버. 통상적으로, 로컬 광고 서버는, 단일 게시자(publisher)에 의해 운영되어, 상기 게시자의 웹사이트의 방문자나 텔레비전 프로그램의 시청자에게 광고를 제공하거나, 단일 광고주에 의해 운영되어, 다양한 웹사이트나 텔레비전 프로그램상의 상기 광고주가 획득한 공간으로 광고를 제공할 수 있다. 통상적으로, 제 3 자 또는 원격 광고 서버는 원격으로 위치하고, 다양한 광고주의 광고를 다수의 게시자의 웹사이트의 방문자나 프로그램의 시청자에게 전달한다. 원격 광고 서버는 광고를 전달하기 위한 중앙 통로(central conduit)로서 기능하여, 하나의 위치에서, 광고주와 게시자가 인터넷이나 텔레비전 시스템에 걸쳐 그들의 온라인 또는 텔레비전 광고의 배급을 추적하고, 그들의 광고의 순환과 배급을 제어할 수 있게 한다. 상기 광고는 추후 배급을 위해 CAS에 저장되거나, CAS로 전송된 후 광고 요청을 수신하면 상기 CAS로부터 전달되거나, 상기 CAS에 의해 수신되고 라우팅되는 광고 요청에 응답하여 또 다른 소스로부터 전달될 수 있다. 제 3 자 광고 서버의 예로는, 게시자 중앙 광고 서버를 위한 DoubleClick사의 DART(DFP라고도 알려져 있음), 광고주 중앙 광고 서버를 위한 DoubleClick사의 DART(DFA라고도 알려져 있음)가 있다. 일부 경우에서, CAS가 TVP, ISP, STB 제공자 또는 모뎀 제공자, 온라인 콘텐츠 제공자, 프로필 어그리게이터(profile aggregator), 프로필 배포자, 광고 중개인, 광고 네트워크(ad network) 업체, 광고 익스체인지(ad exchange) 업체, 광고 에이전시, 온라인 광고주, 매체 구매 회사, TV 광고주, TV 광고란 소유주, TV 콘텐츠 제공자, 또는 이들 개체(또는 그 밖의 다른 개체)의 대표자에 의해 소유되거나 사용될 수 있다. 일부 경우에서, CAS는 ISP나 TVP에 독립적으로 동작할 것이다.

[0025] 프로필 제공자(profile provider) : 광고의 표적을 정하기 위해 사용되는 프로필 정보를 갖고 있거나 수집하는 개체. 본원의 맥락에서, 프로필 제공자는 CAS와 협력한다. 이때 텔레비전 또는 온라인 광고의 표적을 정하기 위해, 상기 CAS가 프로필 제공자로부터 프로필 정보의 일부 또는 전부를 수신한다. 온라인 또는 텔레비전 활동으로부터 얻은 사용자 프로필 정보의 예로는, 인터넷을 액세스하는 사용자의 관찰된 온라인 행동(가령, 온라인 콘텐츠 시청 또는 액세스 행동, 수행된 온라인 검색 행동, 온라인 구매 행동, 또는 이러한 행동들의 날짜와 시각), 텔레비전 시청자의 관찰된 시청 또는 상호대화 행동(가령, 텔레비전 프로그램 또는 광고 시청 행동, 상호대화형 프로그램 또는 광고에 대한 응답, 또는 이러한 행동의 날짜와 시각), 또는 인터넷 사용자나 텔레비전 시청자로부터 수집된 인구학적 정보가 있다.

[0026] 프로필 제공자의 예를 들자면, 다음의 서버를 소유하거나 사용하는 임의의 개체가 있을 수 있다(그러나 이에 제한되는 것은 아님): (1) 방문한 인터넷 사이트 서버, (2) 온라인 액세스 장치(가령 모뎀 또는 라우터)를 통해 직접적으로 또는 간접적으로(가령, 우회(redirect)를 통해) 콘텐츠, 이미지, 비디오, 텍스트 또는 이들의 임의의 조합을 온라인 사용자 인터페이스 장치(가령, 컴퓨터 또는 그 밖의 다른 온라인 인터페이스 장치)로 전달하는 서버, (3) 셋 톱 박스를 통해 콘텐츠, 이미지, 오디오, 비디오, 텍스트 또는 이들의 임의의 조합을 텔레비전

으로 전달하는 서버, (4) 광고주나 광고 네트워크(ad network) 업체를 대신하여, 온라인 액세스 장치를 통해 광고를 온라인 사용자 인터페이스 장치로 전달하는 서버, (5) 광고주나 광고 네트워크 업체를 대신하여 셋 톱 박스를 통해 텔레비전 광고를 텔레비전으로 전달하는 서버, (6) 온라인 사용자 인터페이스 장치에서 이뤄진 활동(가령, 광고 클릭, 광고 시청, 특정 콘텐츠로의 링크 클릭, 검색, 제품 정보에 대한 요청, 특정 콘텐츠의 수신, 제품 구매, 전화 통화, 그 밖의 다른 임의의 선택되고 정의 가능한 사용자 활동)을 기록하는 서버, (7) 사용자의 텔레비전에서 수행된 활동(가령, 광고 클릭, 광고로의 링크 클릭, 광고 시청, 특정 콘텐츠로의 링크 클릭, 제품 정보 요청, 특정 콘텐츠 수신, 제품 구매, 임의의 그 밖의 다른 선택되고 정의 가능한 사용자 활동)을 기록하는 서버, (8) 사용자를 대신하여 인스턴트 메시지(instant message) 또는 그 밖의 다른 임의의 종류의 통신을 촉진하는 서버.

[0027] 또 다른 예를 들자면, 프로필 제공자는, (9) 사용자의 컴퓨터 또는 그 밖의 다른 온라인 사용자 인터페이스 장치 또는 사용자의 셋-톱 박스 상에 존재하는, (사용자의 허락 하에) 사용자의 온라인 또는 텔레비전 활동을 관찰할 수 있는 프로그램(가령, 브라우저 툴바 또는 테스크톱 검색 소프트웨어)을 후원(sponsoring)하고 액세스하는 회사이다. 넓게 정의하자면, 프로필 제공자는, (10) 행동 프로필(관찰된 온라인 활동 또는 관찰된 시청 활동, 또는 시청 관련 활동) 또는 인구학적 프로필(사용자에 의해 제공됨)을 수집할 수 있는 임의의 개체(가령, ISP, TVP 또는 ISP/TVP)이며, 이때 상기 개체는 주어진 프로필을 사용자의 컴퓨터나 텔레비전에 접속하여 직접 수집했는지, 또는 이 문단에 나열된 것과 같은 또 다른 개체로부터 간접적으로 수집했는지는 관계없이, 통상적으로, 프로필이 관찰되거나 수집될 때 사용되는 장치 식별자(가령, 셋-톱 박스 식별자 또는 온라인 액세스 식별자), 프로필이 관찰되거나 수집되는 날짜 및 시각을 포함하여, 수집한다. 일부 경우, 사용자의 온라인 또는 시청 활동이, 셋-톱 박스를 통해 텔레비전(또는 온라인 액세스 장치를 통해 온라인 사용자 인터페이스 장치)과 프로필 제공자 간의 직접 접속을 야기할 것이다. 예를 들어, 프로필 제공자가 온라인 상거래 사이트인 경우, 사용자는 상기 사이트에서 구매 행위를 하고, 상기 온라인 상거래 사이트는 상기 사용자에 대한 프로필을 생성한다. 또 다른 예를 들자면, 가령 사용자가 온라인 상거래 사이트에서 구매 행위를 하고 그 후 상기 사이트가 상기 사용자와 관련된 정보를 프로필 제공자에게 보고하는 경우, 프로필 제공자와 사용자 간에 어떠한 직접 접속도 없을 수 있다. 일부 경우에서, 또한 프로필 제공자가 CAS를 소유하거나 CAS를 제어할 수 있고, 이러한 경우 개별적인 개체들 간에 전송이 될 필요 없이, 사용자 프로필은 CAS에서 즉시 이용 가능해질 수 있다.

[0028] 프로필 제공자에 의해 CAS로 제공되는 프로필 또는 일부 프로필은 임의의 정보를 지닐 수 있는데, 가령, 하나의 실시예에서, 상기 정보는, 사용자의 프로필이 수집된 때에 사용자에 의해 사용된 온라인 액세스 IP 주소 또는 셋-톱 박스 IP 주소(또는 그 밖의 다른 STB 식별자) 및 프로필 제공자의 신원일 수 있다. 상기 프로필은, 예를 들어, 프로필 식별자 또는 프로필 이름, 사용자 이름, 로그인 ID를 포함할 수 있으며, 상기 프로필은 사용자의 STB나 온라인 사용자 인터페이스 장치에 위치하는 쿠키 또는 태그로 참조되거나 이에 포함될 수 있다. IP 주소는, 프로필 제공자에 의해 스스로 제공되거나, 사용자가 임의의 온라인 또는 텔레비전 활동 중일 때 또는 인구학적 정보의 아이템을 제공하고 프로필 제공자에 의해 CAS로 우회(redirect)될 때 CAS에 의해 획득될 수 있다. 복수의 셋-톱 박스 식별자 또는 온라인 액세스 식별자(가령, IP 주소)가 시간에 따라 변경되는 경우, 이를 식별자는 하나의 단일 사용자 프로필과 연관될 수 있다. 또 다른 예에서, 프로필은 더 광범위할 수 있고, 인구학적 또는 행동적 정보를 포함할 수 있으며, 가령, 이러한 인구학적 또는 행동적 정보로는, 광범위한 브라우징 내역, 쇼핑 또는 구매 내역, 시청한 콘텐츠 또는 프로그램 및 그 밖의 다른 사용자 특성(또는 사용자의 활동)에 관련된 정보가 있다. 일부 경우에서, 프로필은 PII(Personally Identifiable Information)를 포함하고, 다른 경우에는 포함하지 않을 수 있다. 프로필 제공자가 하나의 개체일지라도, 상기 프로필 제공자로부터 기인된 다수의, 또는 대부분의 동작(action)은, 실제로 프로필 제공자의 통제 하에 있는 기기(가령, 컴퓨터, 서버, 이들 컴퓨터나 서버 상에서 실행되는 소프트웨어, 네트워크 연결 하드웨어/소프트웨어, 또는 그 밖의 다른 기기)에 의해 수행된다. 그러나 자동, 반-자동, 또는 수동으로 수행되는 것에 관계없이, 이러한 동작은 여전히 “프로필 제공자에 의해” 수행되는 것이라고 특정 지워질 수 있다.

[0029] 개인 식별 정보(PII: Personally Identifiable Information) : 특정한 개인을 식별하기 위해 사용될 수 있는 정보로서, 그 예로는, 이름, 사회보장번호(SSN: Social Security Number), 생일, 우편 주소, 전자메일 주소, 정적 IP 주소(있을 경우), 전화 번호(집, 회사, 무선 전화번호), 금융 계좌 번호(은행 계좌, 신용 계좌, 또는 그 밖의 다른 금융 데이터), 운전면허증 번호, 차량 등록 번호, 차량 라이센스 번호(vehicle licence number), 얼굴 사진, 지문, 육필(또는 서명), 또는 특정 개인을 식별할 때 도움이 될 수 있는 그 밖의 다른 임의의 정보가 있다.

[0030] 비-개인 식별 정보(non-PII) : 개인을 특정하게 식별하기 위해 사용될 수 없는 개인에 대한 정보로서, 그 예를

들자면, 도시, 주(state), 거주 국가, 연령, 성별, 인종, 민족, 학교나 직장(충분히 큰 경우), 급여 수준이나 수입, 취미, 동적으로 할당된 IP 주소, 방문한 온라인 사이트, 실시한 온라인 검색, 또는 개인에 대해 알 때 유용하지만 이 정보만으로는 특정 개인을 식별하기 위한 정보를 알 수 없게 하는 그 밖의 다른 정보가 있다.

[0031] 쿠키(cookie) : 브라우저 소프트웨어를 이용하여 사용자의 컴퓨터로 콘텐츠를 제공하는 서버에 의해 사용자의 컴퓨터에 위치하게 되는 텍스트 파일. 쿠키는, 최초에 상기 쿠키를 발생시킨 서버와 동일한 인터넷 도메인 하에서 동작하는 서버에 의해 관리되거나 변경될 수 있는 것이 일반적이다. 상기 쿠키 파일은 동일한 도메인에 이미 접속하고 있는 컴퓨터를 식별하기 위해 사용될 수 있으며, 또한 상기 컴퓨터의 사용자에 관한 PII나 비-PII를 저장하기 위해서도 사용될 수 있다. 첫 번째 예시에서, 쿠키는, 컴퓨터 사용자에 의해, 사이트에서 실시된 이전 검색, 사이트에서 시청하거나 방문한 페이지 등의 비-PII를 저장할 수 있다. 두 번째 예시에서, 쿠키는 사용자가 사이트를 액세스하기 위해 사용하는 사용자이름, 사용자의 커스터마이즈 선호도, 또는 PII의 다양한 부분을 저장하기 위해 사용될 수 있다. 또한 사용자의 컴퓨터 상에 위치하는 소프트웨어에 의해, 쿠키 파일이 생성, 변경, 또는 삭제될 수 있다.

[0032] 텔레비전 광고(TV 광고) : 전체 스크린 비디오 광고, 부분 스크린 비디오 광고, 배너 광고, 텍스트 광고, 오디오 광고, 또는 텔레비전 세트에 의해 전달되기에 적합하며 시각적(또는 청각적)으로 제시되는 그 밖의 다른 임의의 형식의 광고.

[0033] 도 1에서 도시된 바와 같이, 온라인 사용자가 컴퓨터(34) 및 모뎀(32)을 이용하여 사용자의 인터넷 서비스 제공자(ISP)(22)를 통해 인터넷(10)에 액세스한다. 사용자가 다양한 온라인 활동에 임할 때, 하나 이상의 프로필 제공자(가령, 중앙 광고 서버(CAS)(40) 또는 온라인 사이트(50))에 의해 온라인 사용자 프로필이 수집되거나 생성된다. 상기 온라인 사용자 프로필은 사용자와 관련된 인구통계학적 정보를 포함하거나, 사용자의 온라인 행동과 관련된 정보를 포함하거나, 사용자에 온라인으로 공표된 정보, 또는 사용자에 관해 온라인으로 공표된 정보를 포함할 수 있다. 프로필 정보의 이러한 카테고리는 겹칠 수 있다.

[0034] 인구통계학적 정보의 예로는, 나이, 성별, 인종, 민족, 종교, 교육 수준, 수입, 부채 수준, 신용 보고서 항목, 직업, 고용 상태, 고용주 명, 혼인 여부, 양육 상태, 주택 소유자/세입자, 지리적 위치가 있을 수 있다(그러나 이에 국한되는 것은 아니다). 행동 정보(behavioral information)의 예로는, 시청된(또는 액세스된) 온라인 콘텐츠, 온라인으로 수행된 검색, 온라인으로 수행된 구매, 또는 이러한 행동들의 날짜 및 시각이 있다. 공표된 정보의 예로는, 취미, 사회, 여가 활동, 직업(또는 부업), 또는 특정 대상 분야에서의 사용자의 공표된 관심이 있다. 상기 프로필은 개인 식별 정보를 포함할 수도 있고, 포함하지 않을 수도 있다.

[0035] 온라인 사용자 프로필 내 정보는, 사용자로부터 정보를 요청함으로써, 또는 사용자의 온라인 활동을 추적 또는 기록함으로써, 또는 요청되거나 추적되거나 기록된 정보를 바탕으로 이뤄진 추론에 의해, 획득되거나 생성될 수 있다.

[0036] 온라인 사용자 프로필 정보는 로컬하게 사용자의 컴퓨터에 (가령, 쿠키로서) 저장되거나, 원격으로 (가령, 하나 이상의 서버, 광고 서버 또는 온라인 사이트에) 저장될 수 있다. 일부 예를 들면, 전체 온라인 사용자 프로필이 하나의 단일 위치에 저장될 수 있으며, 또 다른 예에서, 온라인 사용자 프로필 정보가 복수의 위치에 걸쳐 분산되어 있을 수 있다. 하나의 개체가 이러한 복수의 위치를 제어하거나, 개별적 개체들이 서로 다른 위치를 따로 따로 제어할 수 있다.

[0037] 온라인 사용자가 텔레비전을 시청하는 동안 상기 온라인 사용자에게 제시될 텔레비전 표적 광고를 선택하기 위해, 온라인 사용자 프로필로부터의 정보가 사용될 수 있다.

[0038] (도 2에서 도시된 바와 같이) 텔레비전 표적 광고를 사용자 위치의 텔레비전으로 전달 또는 전송하는 것을 가능하게 하도록, 온라인 사용자 프로필과 이에 대응하는 셋-톱 박스를 연관시키는 것이 요구된다(이러한 연관에 의해, 사용자는 임의의 적합한 타입의 텔레비전 서비스(가령, 케이블, IPTV, VOD)를 수신할 수 있다). 이러한 연관은 임의의 적합한 방식으로(가령, 본원에서 참조되는 출원 번호 11/736,544호 및 11/968,117호에 기재된 방식으로) 이뤄지거나 제공될 수 있다.

[0039] 하나의 예에서, 온라인 사용자 프로필과 셋-톱 박스 식별자 각각이 하나의 동일한 대응하는 온라인 액세스 식별자(가령, 모뎀, 네트워크 어댑터, 라우터, 또는 그 밖의 다른 온라인 액세스 장치 또는 사용자 인터페이스 장치의 IP 주소, 또는 상기 IP 주소의 일부)와 연관됨으로써, 상기 온라인 사용자 프로필과 셋-톱 박스 식별자가 서로 연관된다. 하나의 구현예에서, 온라인 액세스 식별자가 참조되거나, 온라인 사용자 프로필에 포함됨으로써, 온라인 액세스 식별자와 셋-톱 박스 식별자가 연관될 수 있다. 또 하나의 구현예에서, 온라인 액세스 식별자와

제 1 셋-톱 박스 식별자가 하나의 데이터베이스에서 연관될 수 있다. 필요에 따라, 또는 원하는 바에 따라, 또는 요구되는 바에 따라, 사용자에 관한 개인 식별 정보를 이용하거나 이용하지 않고, 상기 온라인 사용자 프로필과 셋-톱 박스 식별자가 연관될 수 있다.

[0040] 또 하나의 예시에서, 온라인 사용자 프로필은 최소한 부분적으로 온라인 사용자 인터페이스 장치(가령, 컴퓨터)로부터 발생되며, 셋-톱 박스와 온라인 사용자 인터페이스 장치가 하나의 공통적인 로컬 영역 네트워크(LAN)로 연결됨으로써, 상기 온라인 사용자 프로필과 셋-톱 박스 식별자가 연관된다. 이러한 배열에서, 셋-톱 박스에 대응하는 온라인 액세스 식별자와 사용자 인터페이스 장치에 대응하는 온라인 액세스 식별자는 서로 동일하다(가령, 도 1과 2에서 도시된 바와 같이 IPv4를 따르면, LAN을 인터넷으로 연결하는 모뎀의 32-비트 IP 주소일 수 있다). 또 하나의 이러한 배열에서, 셋-톱 박스에 대응하는 온라인 액세스 식별자와 사용자 인터페이스 장치에 대응하는 온라인 액세스 식별자는, 그들 각각의 온라인 액세스 식별자 중 공통부분을 공유한다(가령, IPv6에 따라 사용되는 각각의 128-비트 IP 주소의 첫 64비트 부분을 공유한다). 또 다른 공통-LAN 배열이 사용될 수 있다. 도 1과 2에서 모뎀(32)과 STB(36) 간의 연결이 도시되어 있지만, 앞의 문단에서 기재된 구현예를 포함해 모든 구현예에서 이러한 연결이 반드시 존재해야 하는 것은 아니다.

[0041] 텔레비전 표적 광고는 임의의 적합한 개체로부터(가령, TVP(24)를 통해 CAS(40)로부터(도 2에서 도시된 경우), 그리고 ISP(22)를 통해 CAS(40)로부터, 온라인 사이트(50)로부터, 또는 또 다른 서버, 광고 서버 또는 온라인 사이트로부터) 사용자의 셋-톱 박스(STB)(36)로 전달, 또는 전송될 수 있다. 텔레비전 표적 광고를 선택하는 개체는 상기 광고를 제시(present)하거나 제시하기 위해 조정할 수 있으며, 또는 또 다른 개체가 상기 광고를 제시하게끔, 또는 제시를 조정하게끔 할 수 있다. 이러한 동작은 선택된 텔레비전 광고, 또는 선택된 텔레비전 광고의 타이틀(또는 그 밖의 다른 식별자)을 전송하는 과정과, 온라인 사용자를 광고 서버로 우회(redirect)하는 과정, 또는 선택된 텔레비전광고를 식별/찾기/제시하기 위해 사용되는 인스트럭션 또는 그 밖의 다른 정보를 전송하는 과정을 포함할 수 있다.

[0042] 텔레비전 표적 광고는 제공될 시점에서 STB(32)로 전달되거나 전송될 수 있다. 또는, 텔레비전 표적 광고는 디스플레이되기 전에 전달되거나 전송되며 STB(32)나 디지털 비디오 레코더(도면상 도시되지 않음)에 저장될 수 있다. 텔레비전 표적 광고는 STB(32)를 통해 텔레비전(38)이나 그 밖의 다른 적합한 텔레비전 디스플레이 장치에 제공된다.

[0043] 사용자(구체적으로는, 텔레비전 표적 광고의 선택의 기초가 된 온라인 사용자 프로필을 갖는 사람)가 텔레비전을 시청하고 있을 때 상기 텔레비전 표적 광고가 제공될 가능성을 높이는 것이 바람직하다. 제 1 사용자의 온라인 사용자 프로필을 기초로 표적화된 텔레비전 광고가, 다른 사람, 즉, 제 2 사용자가 텔레비전을 시청 중일 때 제시된다면, 쓸모없거나 효과가 없을 가능성이 더 높다.

[0044] 표적 광고처럼, 온라인 사용자 프로필의 정보를 부분적으로 또는 전적으로 기초로 하여 선택된, 또는 그 밖의 다른 방식으로 상기 온라인 사용자 프로필의 정보와 관련성을 갖는 특정 텔레비전 프로그램 또는 텔레비전 채널과 연관하여 텔레비전 표적 광고를 제시함으로써, 의도된 표적(즉, 사용자)이 텔레비전을 시청 중일 동안 텔레비전 표적 광고를 제시할 가능성이 증가될 수 있다.

[0045] 앞서 언급된 예시를 포함하여, 텔레비전 표적 광고를 전달하기 위해, 프로필과 텔레비전 프로그램(또는 텔레비전 채널) 간의 관계를 식별하도록, 온라인 사용자 프로필에서 임의의 타입의 정보가 고려될 수 있다. 이미 언급된 바와 같이, 텔레비전 프로그램을 선택하거나 온라인 사용자 프로필을 텔레비전 프로그램과 관련 짓기 위해 사용되는 온라인 사용자 프로필의 정보는 인구통계학적 정보, 행동 정보(즉, 관찰되는 온라인 활동을 기반으로 하는 정보), 사용자에 의해 공표된(declared) 또는 사용자에 관해 공표된 정보, 또는 상기 타입의 정보들의 둘 이상의 조합일 수 있다.

[0046] 지금부터, 프로필의 정보를 기초로 식별된, 온라인 사용자 프로필과 텔레비전 프로그램(또는 채널) 간의 관계의 특정 예를 들어보겠다.

[0047] (1) 온라인 여행 사이트를 방문한 것이 있는 사용자의 히스토리를 포함하는 온라인 사용자 프로필과 여행 프로그램(또는 여행 채널) 간의 관계를 식별하기.

[0048] (2) 온라인 사용자 프로필이, 사용자가 온라인으로 구매한 적이 있는 스포츠 이벤트 티켓에 관한 정보를 포함하는 경우, 스포츠 프로그램, 또는 텔레비전으로 방영되는 스포츠 이벤트, 또는 스포츠 채널을 선택하기.

[0049] (3) 온라인 사용자 프로필이 사용자가 음악을 (온라인으로) 구매했다고, 또는 다운로드했다고 가리키는 경우,

음악 프로그램, 또는 텔레비전으로 방영되는 콘서트, 또는 음악 채널(아마도 특정 장르) 선택하기.

[0050] (4) 온라인 결혼선물 등록(bridal registry)에 대한 등록 정보를 포함하거나 결혼식 관련 온라인 사이트나 콘텐츠 방문과 관련된 정보를 포함하는 온라인 사용자 프로필과, 결혼식과 관련된 텔레비전 프로그램을 관련 짓기.

[0051] (5) 온라인 사용자 프로필이 온라인 중개업에 관한 등록 정보를 포함하거나, 온라인 금융 뉴스를 본 히스토리를 포함하거나, 개인 스톡 포트폴리오 페이지의 온라인 접근에 관한 정보를 포함하는 경우, 금융 뉴스 프로그램 또는 채널을 선택하기.

[0052] (6) 온라인 사용자 프로필이 주택 판매에 대한 온라인 검색 정보를 포함하는 경우, 부동산 프로그램 또는 채널 선택하기.

[0053] (7) 온라인 사용자 프로필이 신문의 온라인판에 대한 구독 정보를 포함하거나 신문 콘텐츠를 온라인으로 본 히스토리를 포함하는 경우, 텔레비전 뉴스 프로그램 또는 채널을 선택하기.

[0054] (8) 사용자의 건강 관련 콘텐츠의 온라인 시청을 가리키는 정보를 포함하는 온라인 사용자 프로필과 건강 문제에 초점을 맞추는 텔레비전 프로그램의 관계를 식별하기.

[0055] (9) 온라인 사용자 프로필의 정보가 사용자가 28세 남성이라고 가리키는 경우, 스포츠 프로그램을 선택하기.

[0056] (10) 온라인 사용자 프로필의 정보가 사용자가 33세 가정주부라고 가리키는 경우, 낮시간 드라마를 선택하기.

[0057] (11) 사용자가 70세 이상이라고 가리키는 온라인 사용자 프로필의 정보를, 고전 흑백 영화와 관련 짓기.

[0058] (12) 온라인 사용자 프로필이 소셜 네트워크 온라인 사이트상에 사용자의 취미로 "승마"가 나열됐다고 가리키는 경우, 말이나 그 밖의 다른 동물에 초점을 맞춘 텔레비전 프로그램을 선택하기.

[0059] (13) 사용자가 스퀘어 댄싱(square dancing)에 대한 온라인 포럼에 등록된 회원이라고 가리키는 온라인 사용자 프로필과 컨트리 음악 프로그램을 관련 짓기.

[0060] 첫 8개의 예시에서, 텔레비전 프로그램은, 온라인 사용자 프로필의 행동 정보(behavioral information)와 관련되거나, 상기 행동 정보를 기초로 선택된다. 다음 3개의 예시에서, 텔레비전 프로그램은 온라인 사용자 프로필의 인구통계학적 정보와 관련되거나, 상기 인구통계학적 정보를 기초로 선택된다. 마지막 2개의 예시에서, 텔레비전 프로그램은 온라인으로 공표된 사용자 관심 분야와 관련되거나, 상기 온라인으로 공표된 사용자 관심 분야를 기초로 선택된다.

[0061] 주어진 예시들은 특정하게 제한하기보다는 속성 또는 특성의 다양한 분류의 관계 유형의 예시를 대표하기 위함이다. 예를 들어, 연령은 임의로 선택되고, 여러 다른 특정 연령, 또는 연령대로 변경될 수 있으며, 예시적 관심 및 취미는 임의의 것이지, 핵심은 아니다. 본원의 다른 부분에서 제시될 예시의 경우에도 마찬가지이다.

[0062] 온라인 사용자 프로필의 어떠한 정보가 사용되든지, 상기 정보는, 온라인 프로필과, 사용자에게 텔레비전 표적 광고를 제시하기에 적합한 특정 텔레비전 프로그램(또는 텔레비전 채널) 간 관계를 식별하기 위해 사용될 수 있다. 도 3A의 순서도가 이러한 프로세스의 하나의 예를 개략적으로 도시하며, 여기서 단계들의 순서는 예시적인 것이고, 필요에 따라, 또는 요구되는 바에 따라 달라질 수 있다.

[0063] 텔레비전 표적 광고와 텔레비전 쇼 모두가, 온라인 사용자 프로필의 정보를 기초로 선택되고, 상기 온라인 프로필과 연관되어 있는 셋-톱 박스를 통해 제시된다. 이러한 프로세스의 예시적 변형예가 도 3B에서 도시되어 있다. 셋-톱 박스를 통해 시청되는 텔레비전 프로그램과 상기 셋-톱 박스와 연관된 온라인 사용자 프로필 간의 관계가 식별된다. 상기 온라인 사용자 프로필의 정보를 토대로 하여, 관련 텔레비전 프로그램의 제시와 연관하여, 텔레비전 표적 광고가 선택되고 셋-톱 박스를 통해 제공된다. 어느 경우라도, 온라인 사용자 프로필을 기초로 하여 선택된, 또는 그 밖의 다른 방식으로 관련되어 있는 텔레비전 프로그램 또는 채널의 (사용자의 셋-톱 박스를 통한) 제시와 연관되어 자동으로 텔레비전 표적 광고가 제시될 수 있다.

[0064] 예시적 구현예에서, (브로드캐스트, 유니캐스트, 또는 녹화된 것의 재생 동안, 케이블, IPTV, VOD, 인터넷 기반 소스, 또는 그 밖의 다른 소스를 통해) 사용자의 셋-톱 박스를 통해 시청된 텔레비전 프로그램이 모니터링될 수 있으며, 도 3A에서 나타난 바와 같이(즉, 셋-톱 박스와 연관된 온라인 프로필을 기초로) 선택된 프로그램이 인식될 수 있다. 이러한 모니터링은, 셋-톱 박스에 의해 로컬하게, 또는 셋-톱 박스가 자신의 활동을 보고하는 서버에 의해 원격으로, 또는 텔레비전 프로그램을 셋-톱 박스로 전달하는 서버에 의해 원격으로, 또는 그 밖의 다

른 적합한 시스템에 의해, 이뤄질 수 있다.

[0065] 따라서 선택된 프로그램이 인식되면, 미리 선택된, 또는 실시간으로 선택된 텔레비전 표적 광고가, 인식되고 선택된 텔레비전 프로그램에 삽입될 수 있으며, 이러한 삽입은, 상기 프로그램을 전달하는 서버, 또는 셋-톱 박스, 또는 이러한 용도를 위해 구성되고 연결된 또 다른 서버에 의해 이뤄진다.

[0066] 또 하나의 예시적 구현예에서, 도 3B에서 나타나다시피, 셋-톱 박스를 통해 시청되는 하나의, 또는 복수의 모든 텔레비전 프로그램 각각과, 여러 온라인 사용자 프로필 중 상기 셋-톱 박스와 연관되는 해당 온라인 사용자 프로필 간의 관계가, 각각의 프로그램과 복수의 온라인 프로필의 정보의 속성을 기초로, 식별될 수 있다. 각각의 온라인 프로필의 정보를 기초로 선택된 텔레비전 표적 광고가, 해당 프로필에 부합하는(즉, 관련되는) 각각의 텔레비전 프로그램과 연관되어 제시될 수 있다.

[0067] 표적 광고를 선택하기 위해 사용되는 온라인 사용자 프로필의 정보는, 텔레비전 프로그램과 관련된 온라인 사용자 프로필의 정보(동일 사용자의 온라인 사용자 프로필로부터의 정보 외에도)와 임의의 상관관계 또는 연결관계를 가질 수 있다(그러나 반드시 그럴 필요는 없다).

[0068] 덧붙여, 광고 선택 및 프로그램 관계는 온라인 사용자 프로필 정보의 서로 동일한 타입의 프로필 정보(가령, 둘 모두 인구통계학적 정보, 둘 모두 행동 정보, 또는 둘 모두 공표된 정보)를 기초로 하거나, 서로 다른 타입의 프로필 정보(가령, 하나는 인구통계학적 정보이고 다른 하나는 행동 정보)를 기초로 할 수 있다. 광고 선택과 프로그램 관계가 서로 상관되는 하나의 예시에서, 야구 기념품에 대한 텔레비전 광고를 제시하기 위해 스포츠 하이라이트 프로그램이 선택될 수 있으며, 이때, 프로그램 관계와 광고 선택 모두, 야구 명예의 전당(Baseball Hall of Fame)에 대한 사용자의 이전 온라인 검색을 기초로 한다. 광고 선택과 프로그램 관계가 연결되어 있지 않은 하나의 예(동일 프로필로부터 기인하는 경우는 제외)에서, 요리 쇼가, 조리법에 대한 사용자의 이전 온라인 검색과 관련된다고 식별될 수 있으며, 사용자가 연간 \$80,000 이상의 가계 수입을 갖는 40세 여성이라는 정보를 기초로 선택된 화장품 광고가 상기 요리 쇼와 함께 제공될 수 있다.

[0069] 하나의 예에서, 제 1 사용자가 자동차 보험에 대해 검색하고, 이에 대응하는 온라인 사용자 프로필이 또한, 사용자가 1년 단과대를 졸업하고 연봉 \$18,000의 23세 남성임을 가리킨다. 예시적 방법에 의해, (제 1 사용자의 인구통계학적 정보를 기초로 선택된) MTV에서의 "The Real World"의 에피소드 동안, 상기 제 1 사용자의 셋-톱 박스를 통해, (제 1 사용자의 온라인 행동을 기초로 선택된) 자동차 보험에 관한 텔레비전 광고가 제시될 수 있다. 동일한 예시적 방법 하에서, 23세 남성이며 1년 단과대 졸업 학위가 있으며, 연봉 \$18,000을 버는, 그러나 온라인 여행 사이트에서 특정 여행지에 대해 검색한 제 2 사용자는, 자신의 셋-톱 박스를 통해 방영되는 "The Real World"의 에피소드 동안(제 1 사용자의 인구통계학적 정보와 일치하는 제 2 사용자의 인구통계학적 정보를 기초로 선택됨), 상기 여행지로의 비행기 또는 상기 여행지의 호텔을 권유하는 텔레비전 광고(제 1 사용자의 온라인 행동과는 상이한 제 2 사용자의 온라인 행동을 기초로 선택됨)를 수신할 수 있다.

[0070] 또 하나의 예에서, 제 1 사용자는 80년대 록 밴드를 특색으로 하는 콘서트 티켓에 대해 온라인으로 검색하고, 해당 온라인 사용자 프로필은 상기 제 1 사용자가 45세 남성이며, 박사학위를 가지며, 연간 \$170,000을 번다고 가리킨다. 예시적 방법에 의해, (제 1 사용자의 인구통계학적 정보와 관련이 있다고 식별된) 채널 "Discovery Channel" 또는 "BBC America"의 텔레비전 프로그램 동안, 상기 제 1 사용자의 셋-톱 박스를 통해 특정 장르의 음악 컨필레이션에 대한 텔레비전 광고(제 1 사용자의 온라인 행동을 기초로 선택됨)가 제시될 수 있다. 제 2 사용자가 제 1 사용자와 동일한 콘서트 티켓을 온라인으로 검색하고, 해당 제 2 온라인 사용자 프로필이 제 2 사용자가 37세 여성이고 준학사 학위를 가지며 연간 \$32,000의 수입을 갖는다라고 나타내는 경우, 동일한 예시적 방법 하에서, 음악 컨필레이션에 대한 제 1 사용자와 동일한 광고(제 1 사용자의 온라인 행동과 일치하는 제 2 사용자의 온라인 행동을 기초로 선택됨)가, (제 2 사용자의 인구통계학적 정보와 관련성이 있다고 식별된) 제 2 사용자의 셋-톱 박스를 통해 방영되는 "Survivor"의 에피소드 동안에 제시될 수 있다.

[0071] 또 하나의 예시에서, 제 1 사용자가 온라인으로 자동차에 대해 검색하고, 온라인 서점에서 미스테리 책 몇 권을 구매한다(검색과 구매는 반드시 동일한 온라인 세션 중에 이뤄져야 하는 것은 아니다). 동일한 가택(또는 그 밖의 다른 공통적인 물리적 장소)의 제 2 사용자가 (아마도 제 1 사용자에 의한 검색과 다른 시간에서) 의료 정보 사이트를 검색하고, 시민전쟁에 관한 하나 이상의 온라인 사이트를 검색한다(제 2 사용자가 의료 정보 사이트를 검색할 때와 동일한 온라인 세션 동안 이뤄질 필요는 없다).

[0072] 이들 두 명의 사용자는 서로 다른 컴퓨터의 사용을 통해, 또는 하나의 동일한 컴퓨터상의 서로 다른 사용자 계좌나 사용자 ID의 사용을 통해, 서로 구별되는 온라인 사용자 프로필을 가질 수 있다. 하나의 가택(또는 그 밖

의 다른 단일 물리적 장소) 내 두 명의 사용자가 (가령, 하나의 컴퓨터, 모뎀 또는 라우터를 공유함으로써) 하나의 공통 온라인 액세스 IP 주소, 또는 그 밖의 다른 유사한 온라인 액세스 식별자를 공유하는 경우, 그럼에도 불구하고, 이를 사용자의 프로필은 서로 다른 프로필 식별자(가령, 서로 다른 브라우저 쿠키로서 각각의 프로필과 연관됨)에 의해 개별적일 수 있으며, 구별될 수 있다. 상기 두 명의 사용자가 서로 다른 온라인 액세스 식별자(가령, 서로 다른 IP 주소, 또는 IPv6 구현의 경우 IP 주소의 서로 다른 일부분)를 갖는 경우, 상기 두 사용자의 각각의 프로필은 서로 다른 프로필 식별자에 의해, 또는 서로 다른 온라인 액세스 식별자에 의해 구별될 수 있다.

[0073] 이러한 구별되는 프로필(둘 모두 셋-톱 박스 식별자와 연관됨)을 기초로 하여, 한 가지 예시적 방법에 의해, (a) 셋-톱 박스를 통한 "CSI" 또는 그 밖의 다른 유사한 범죄 드라마의 에피소드의 방영 중, 자동차에 대한 텔레비전 광고(에피소드와 광고 모두 제 1 사용자의 온라인 프로필을 기초로 선택됨), 그리고 (b) 동일한 셋-톱 박스(또는 사용자들의 공통 물리적 장소에 위치하고 온라인 사용자 프로필과 연관되어 있는, 상이한 셋-톱 박스)를 통한 "History Channel"의 프로그램의 방영 중, 건강 보험에 대한 텔레비전 광고(채널과 광고 모두 제 2 사용자의 온라인 프로필을 기초로 선택됨)가 제시될 수 있다.

[0074] 또 하나의 예에서, 셋-톱 박스와 연관된 하나의 온라인 사용자 프로필이 (1) New York Times 온라인 사이트를 규칙적으로 방문하여 오늘의 단어 퍼즐을 하고, (2) 온라인으로 구두를 구입하며, (3) 요가에 대한 온라인 토론 그룹에 참여하는 47세 여성에 대응한다. 동일한 가택의 제 2 온라인 사용자 프로필이, (4) 온라인 비디오 게임 사이트에 규칙적으로 방문하고, (5) 헤비메탈 밴드의 온라인 팬클럽에 가입한 19세 남성에 대응한다. 상기 가택의 (두 온라인 프로필 모두와 연관되어 있는) 셋-톱 박스가 "Jeopardy" 같은 게임 쇼의 시청을 검출하면, 신발이나 요가 수업에 대한 텔레비전 표적 광고가 제시된다. 왜냐하면, "Jeopardy"는 제 1 온라인 사용자 프로필의 정보와 관련성이 있고, 상기 제 1 온라인 사용자 프로필의 정보를 기초로 광고가 선택되기 때문이다. 또 다른 한편으로, 셋-톱 박스가 MTV에서의 뮤직 비디오의 시청을 검출하면, 컴퓨터 기기나 비디오 게임 소프트웨어에 대한 텔레비전 표적 광고가 제시된다. 왜냐하면 MTV 채널이 제 2 온라인 사용자 프로필의 정보와 관련성이 있고, 다른 광고가 상기 제 2 온라인 사용자 프로필의 정보를 기초로 선택되기 때문이다.

[0075] 텔레비전 프로그램과 온라인 사용자 프로필 간의 관계의 식별은, 각각의 텔레비전 프로그램이 시청될 때 실시간으로 이뤄지거나, 더 빨리 이뤄질 수 있다. 더 빨리 이뤄지는 경우, 이러한 매칭(즉, 관계의 식별)은, (a) 셋-톱 박스와 연관된 각각의 프로필과 사용자가 가입한 TV 서비스에 포함된 모든 TV 채널의 모든 프로그램 간에서, 또는 (b) 셋-톱 박스와 연관된 각각의 프로필과 상기 셋-톱 박스를 통해 이전에 시청된 프로그램들의 히스토리를 기초로 선택된 프로그램들 간에서(이때 이러한 히스토리는 임의의 원하는 시간 주기 동안 기록되거나 임의의 원하는 시간 간격을 두고 재생(refresh)될 수 있음) 이뤄질 수 있다.

[0076] 텔레비전 프로그램과 온라인 사용자 프로필의 매칭은, 셋-톱 박스에 의해 로컬하게, 또는 이러한 용도로 구성되고 연결된 원격 서버(아마도, 텔레비전 프로그램이나 텔레비전 광고를 셋-톱 박스로 전달하는 서버)에 의해 수행될 수 있다. 텔레비전 프로그램과 온라인 사용자 프로필의 매칭에 관한 정보는 셋-톱 박스에 로컬하게 저장되거나, 이러한 용도로 구성되고 연결된 원격 서버(아마도, 텔레비전 프로그램 또는 텔레비전 광고를 셋-톱 박스로 전달하는 서버)에 저장될 수 있다.

[0077] 시청되는 모든 프로그램이 셋-톱 박스와 연관된 하나의 온라인 사용자 프로필에 매칭되거나, 일부 프로그램들에 대해서만 충분히 잘 매칭되는 온라인 프로필이 셋-톱 박스와 연관될 수 있다. 각각의 매칭된 프로그램은 하나의 특정 셋-톱 박스와 연관된 하나의 단일 온라인 사용자 프로필에 매칭되거나, 상기 셋-톱 박스와 연관된 복수의 충분히 잘 매칭된 프로필에 매칭될 수 있다. 텔레비전 프로그램과 온라인 사용자 프로필이 "충분히 잘 매칭"될 때를 판단하기 위해 임의의 적합한 질적, 또는 양적 기준이 사용될 수 있다.

[0078] 한 가지 바람직한 구현예에서, 텔레비전 프로그램은, 프로그램의 특성(가령, 프로그램 주제, 키워드 또는 카테고리)뿐 아니라, 프로그램의 시청 인구의 평균적인 특성(가령, 인구통계학적 특성, 취미 또는 관심분야)을 식별하기 위해, 분석되며, 이로 인해, 온라인 프로필의 일반적인 변형(존재하는 경우)과, 텔레비전 프로그램 특성 또는 텔레비전 프로그램의 시청자의 평균 특성에 따라 특정 텔레비전 프로그램과 온라인 프로필의 더 바람직한 매칭이 가능해질 수 있다.

[0079] 예를 들어, 특정 사용자의 온라인 프로필이 상기 사용자를 (상기 사용자가 프로레슬링 경기에 관한 뉴스를 온라인으로 빈번하게 읽는 것을 토대로) 프로레슬링을 좋아하는 70세 여성이라고 식별한다고 가정하자. TV 레슬링 프로그램은 18 내지 34세의 남성이 대다수, 그리고 25 내지 40세의 여성은 일부라는 평균 인구통계치를 갖는다. 레슬링 프로그램의 평균 인구통계치가 개인의 온라인 사용자 프로필의 인구통계학적 정보에 매칭되지 않는다는

사실에도 불구하고, 이 구현예에서, 레슬링 프로그램의 주제(즉, "레슬링")와 제 1 사용자의 관심분야(즉, 또한 "레슬링")의 매칭이 TV 표적 광고를 컴퓨터 사용자(즉, 상기 70세의 여성)에게 전달하기 위해 TV 레슬링 프로그램을 선택하기에 충분할 것이다.

[0080] 확장된 예시적 구현예에서, TV 프로그램은 상기 프로그램에 포함된 하나의 또는 복수의 주제뿐 아니라, 상기 프로그램을 구성하는 각각의 개별 장면이나 부분을 토대로도 설명되거나 분류된다. 이러한 분할은, 광고가 특정 장면이나 부분 동안, 또는 상기 특정 장면이나 부분과 인접한 시간대의 장면이나 부분 동안 제시될 때, 온라인 프로필을 기초로 올바른 TV 시청자를 인식할 가능성을 높인다. 예를 들어, 슈퍼 볼(Super Bowl)의 중간 휴식 시간(half-time) 쇼는, 제 1 퀄터 게임과는 다른 타입의 시청자를 끌어들일 수 있으며, 제 1 퀄터 게임은 제 4 퀄터 게임과는 다른 타입의 시청자를 끌어들일 수 있다. 이 문단에서 기재되는 확장된 구현예에 의해, STB(셋-톱 박스)와 연관된 온라인 사용자 프로필과 TV 프로그램의 여러 다른 장면 또는 부분들의 특성과의 매칭 수준을 토대로, 특정 텔레비전 프로그램의 여러 다른 장면이나 부분 내에서 텔레비전 광고의 여러 가지 선택이 가능해진다.

[0081] 앞의 예에서 설명된 바와 같이, 표적화된 제시를 위해, 온라인 사용자 프로필의 정보를 기초로 선택된 텔레비전 광고는 상기 프로필 정보와 직접 관련성이 있을 수도 있고, 아닐 수도 있다. 여러 가지 경우에서, 프로필과 광고 간의 관계는 직접적이거나(가령, 특정 콘서트 티켓에 대한 온라인 검색과, 상기 콘서트에 대한 텔레비전 표적 광고), 간접적이거나(가령, Disney 사이트의 온라인 탐색과, 애너하임(Anaheim)의 호텔에 대한 텔레비전 표적 광고), 일반 행동적이거나(가령, 헉팅 사이트의 온라인 탐색과, 맥주에 대한 텔레비전 표적 광고), 엄격하게 인구통계학적(가령, 50세 여성인 것과, 주름방지 크림에 대한 텔레비전 표적 광고)일 수 있다. 마찬가지로, 프로필과 텔레비전 프로그램(또는 텔레비전 채널) 간에 식별된 관계가 직접적이거나(가령, Disney 사이트의 온라인 탐색과, Disney 프로그램 중간에, 또는 Disney 채널에서 수신되는 표적 텔레비전 광고), 간접적이거나(가령, 특정 콘서트 티켓의 온라인 검색과, 상기 콘서트와 동일 장르의 음악 프로그램 동안 수신되는 텔레비전 표적 광고), 일반 행동적이거나(가령, 전동 공구의 온라인 구매와, 전미 자동차 경주 협회(NASCAR) 중계 동안 수신되는 텔레비전 표적 광고), 또는 엄격하게 인구통계학적(25세 여성인 것과, "The Gilmore Girls" 동안 수신되는 텔레비전 표적 광고)일 수 있다.

[0082] 또한 본원의 시스템과 방법은, “반(反)직관적”이라고 간주될 수 있는 텔레비전 표적 광고를 전달할 기회를 제공한다. 예를 들면, 프로레슬링 관련 온라인 포럼에 규칙적으로 참여하는 70세의 은퇴한 콘서트 피아니스트에게, 그의 셋-톱 박스를 통해 "WWE Raw"의 에피소드가 방영되는 동안 클래식 음악 공연이나 음반에 대한 광고가 제시될 수 있다. 이는, 종래의 광고 모델을 이용해서는, 일반적으로는 사용되지 않을, 또는 심지어는 고려되지도 않을 광고 기회이다.

[0083] 앞서 언급된 예시들은 종래의 광고 모델과의 차이점을 설명한 것이다. 도 6A에서 개략적으로 도시된 바와 같이, 종래의 수동적 광고 선택은 텔레비전 광고와, 상기 텔레비전 광고의 표적인 시청자 집단의 평균적인 인구통계학적 프로필을 갖고 시작하는 것이 일반적이다. 그 후, 텔레비전 프로그램이 선택되어, 상기 프로그램을 시청하는 시청자 집단의 평균적인 인구통계학적 프로필을 토대로, 광고가 제시된다.

[0084] 또는, 도 6B에서 도시된 바와 같이, 일부 경우에서, 종래의 수동적 광고 선택은 텔레비전 프로그램과 상기 텔레비전 프로그램의 시청자들의 평균적 인구통계학적 프로필을 갖고 시작할 수 있다. 텔레비전 광고의 표적인 시청자 집단의 평균적 인구통계학적 프로필을 기초로 텔레비전 광고가 프로그램과 함께 제시되도록 선택된다. 어느 경우라도, 인구통계학적 정보(즉, 평균적인 인구통계학적 프로필)가 시청자 집단에 적용되어, 텔레비전 광고와 상기 텔레비전 광고가 함께 제시되는 텔레비전 프로그램 간에 중간 링크로서의 역할만 수행한다.

[0085] 이와 달리, 본원에서 제공되는 예시들은 (a) 개별 사용자/시청자의 온라인 프로필과, (b) 텔레비전 프로그램과 상기 온라인 프로필 간의 관계에 대한 식별자를 이용한다. (도 7에서 개략적으로 도시된 바와 같이) 관련 텔레비전 프로그램은 개별 사용자의 프로필과 연관된 STB를 통해 특정 시간대에서 시청된다고 알려져 있다. 온라인 프로필을 바탕으로 텔레비전 표적 광고가 선택되고, 상기 텔레비전 표적 광고는 연관된 STB를 통해 (상기 프로필과 관련성이 있는) 텔레비전 프로그램과 함께 제시된다. 도 7에서 양방향 화살표로 표시되는 바와 같이, 온라인 프로필의 정보를 토대로 하여 관계를 식별하는 것을 고려할 때, 온라인 프로필, 또는 텔레비전 프로그램이 시작점 역할을 할 수 있다.

[0086] 온라인 사용자 프로필과 관련성이 있는 텔레비전 프로그램 또는 채널과 연관된 텔레비전 표적 광고의 제시가 다양한 방식으로 이뤄질 수 있다. 한 가지 예로, 텔레비전 표적 광고(104)는 관련성 있는 텔레비전 프로그램(102) 중간에 시간적으로 삽입되어 나타나거나(도 4A), 상기 관련성 있는 텔레비전 프로그램(102) 직전에(또는

직후에) 방영되거나(도 4B 및 4C), 텔레비전 스크린(99)에, 관련성 있는 텔레비전 프로그램(102)과 공간적으로 조합되어 나타날 수 있다(가령, 도 5A와 5B에서처럼 서로 겹쳐져서, 또는 도 5C-5E에서처럼 서로 나란하게 나타날 수 있다). 관련성 있는 텔레비전 프로그램(102)은 시간적으로 삽입되거나, 공간적으로 조합되는 또 다른 광고(도면상 도시되지 않음)를 포함할 수도 있고, 포함하지 않을 수도 있다. 선택된 텔레비전 광고는, 상기 관련성 있는 프로그램 바로 전 텔레비전 프로그램의 끝 부분 동안, 또는 상기 관련성 있는 프로그램 바로 뒤의 텔레비전 프로그램의 첫 부분 동안 제시될 수 있다. 이들 예시 중 어느 것에서도, 텔레비전 표적 광고는, 상기 관련성 있는 텔레비전 프로그램의 방영 바로 전, 또는 방영 중, 또는 방영 후 즉시, 제시되거나, 상기 관련성 있는 텔레비전 프로그램이 (가령, DVR을 이용한 녹화 및 추후 시청에 의해, 또는 주문형 비디오(VOD) 시스템을 통해) 지연(delay) 제시되기 바로 전, 또는 지연 제시되는 중에, 또는 지연 제시된 후 즉시 제시될 수 있다.

[0087] 광고 서버가, (온라인 사용자 프로필과 관련성이 있거나, 이를 바탕으로 선택된 텔레비전 프로그램이 아니라) 온라인 사용자 프로필과 관련성이 있거나, 상기 온라인 사용자 프로필을 바탕으로 선택된 텔레비전 채널과 연관하여 텔레비전 표적 광고를 제공하도록 선택한 경우, 여러 다른 실시예에 따라, 앞서 기재된 방식들 중 임의의 방식으로, 표적 광고는, (a) 선택되거나 관련 있는 채널에서 방영되는 어떠한 프로그램 동안에도, 또는 (b) 상기 채널에서 방영되는 특정 프로그램 동안에만, 보여질 수 있다.

[0088] 온라인 프로필을 바탕으로 최초에 선택된, 또는 그 밖의 다른 방식으로 온라인 프로필과 관련성이 있는 텔레비전 프로그램과 "연관하여", 선택된 텔레비전 광고를 제시하는 또 하나의 예에서, 텔레비전 프로그램은 온라인 프로필과 그 밖의 다른 여러 다른 텔레비전 프로그램 간의 관계를 식별하기 위한 "앵커(anchor)", 즉 시작점으로서 사용될 수 있다. 이는, 예를 들어, 선택된 또는 그 밖의 다른 방식으로 관련된 프로그램의 제시 동안 셋톱 박스를 통한 텔레비전-시청 행동을 모니터링함으로써 이뤄질 수 있다. 하나의 구현예에서, 셋톱 박스를 통한 최초에 선택된 프로그램의 제시 동안, 제 1 프로그램과 다른 제 2 프로그램 간의 관계가, 상기 제 1 프로그램 동안 관찰된 채널 전환 행동을 기초로 하여 식별될 수 있고, 온라인 프로필을 기초로 하는 표적 광고가 제 2 프로그램과 함께 제시될 수 있다.

[0089] 또 하나의 구현예에서, 제 1 프로그램 동안 다른 제 2 프로그램에 대한 항목을 보기 위해 온라인 프로그램 가이드를 (아마도 반복적으로) 참조한 것이 검출될 수 있으며, 이를 토대로, 온라인 프로필과 제 2 프로그램 간의 관계가 식별될 수 있고, 온라인 프로필을 토대로 선택된 표적 광고가 제 2 프로그램과 함께 제시될 수 있다.

[0090] 이들 예시 중 어느 것에서도, (제 1 TV 프로그램을 상기 사용자와 함께 시청하는 다른 사람에 의해 제 2 프로그램에 대한 관심이 표현되는 것이 아니라) 제 1 TV 프로그램에 대한 관심을 나타낸 온라인 프로필을 갖는 사용자에 의해 제 2 프로그램에 대한 관심이 표현될 가능성을 증가시키기 위해, 제 2 프로그램의 특성과 제 2 프로그램의 시청자들의 평균 특성이 온라인 프로필에 비교되어, 충분한 매치를 식별할 수 있다. 관련된 제 1 프로그램 동안 관찰된 텔레비전 시청 행동을 토대로 하여, 다른 프로그램과 온라인 프로필 간의 관계를 식별하기 위해 사용되는 온라인 프로필과 관련된 제 1 프로그램의 또 다른 예시가 구현될 수 있다.

[0091] 앞서 언급한 예는, 다소 많지만, 본 발명의 시스템과 방법의 몇 개의 예만 기재한 것이며, 특정하게 언급된 다양한 실시예는, (a) 온라인 사용자 프로필의 행동 정보, 또는 인구통계학적 정보, 또는 공표된 정보를 기초로 선택되고, (b) 온라인 사용자가 선호도를 (명시적으로, 또는 묵시적으로) 구체적으로 표시한 텔레비전 프로그램 또는 텔레비전 채널과 연관되어 제시되는 텔레비전 표적 광고와 관련된 넓은 실시예의 카테고리에 해당된다. 본 원에서 무수한 그 밖의 다른 예시, 사례 및 변경예가 구체적으로 제시되지 않을지라도, 이들 예시, 사례 및 변경예가 본 발명의 범위 내에 있다.

[0092] 본 발명의 임의의 구현에서, 각각의 필수 단계들이 단일 개체(가령, 프로필 제공자)에 의해 수행될 수 있거나, 복수의 서로 다른 개체들이 협동하여(또는 단일 개체에 의해 제어되는 컴퓨터 시스템에 의해 또는 여러 다른 개체에 의해 각각 제어되는 복수의 컴퓨터 시스템에 의해) 수행될 수 있다. 예를 들어, 선호되는 텔레비전 프로그램을 표시하는 온라인 사용자 프로필 정보가, 하나의 개체에 의해 제어되는 온라인 사이트에 의해 수집되는 동안, 표적 광고를 선택하기 위해 사용되는 온라인 사용자 프로필 정보가, 또 다른 개체에 의해 제어되는 광고 서버에 의해 제어될 수 있다.

[0093] 또 다른 특정 예로는 다음과 같은 것이 있다: (a) 하나의 단일 개체가, 온라인 사용자 프로필의 최소한 일부분을 제공하고, 온라인 사용자 프로필을 기초로 텔레비전 표적 광고를 선택하며, 온라인 사용자 프로필을 기초로 텔레비전 프로그램을 선택하고, 선택된 프로그램과 연관하여 선택된 광고의 제시를 조정할 수 있다. (b) 제 1 개체가, 제 2 개체에 의해 제공되는 온라인 사용자 프로필 정보를 텔레비전 표적 광고를 선택하고, 제 3 개체에 의해 제공되는 온라인 사용자 프로필 정보를 기초로 텔레비전 프로그램을 선택하며, 상기 선택된 프로그램과 연

관하여 선택된 광고의 제시를 조정할 수 있다. (c) 제 1 개체가 온라인 사용자 프로필을 기초로 텔레비전 표적 광고를 선택하고, 제 2 개체가 온라인 사용자 프로필을 기초로 텔레비전 프로그램을 선택할 수 있으며, 상기 제 2 개체가 선택된 프로그램과 연관하여 선택된 광고의 제시를 조정할 수 있다. (d) 제 1 개체가 온라인 사용자 프로필을 기초로 텔레비전 표적 광고를 선택하고, 제 2 개체는 온라인 사용자 프로필을 기초로 텔레비전 프로그램을 선택할 수 있으며, 제 2 개체가 선택된 광고와 선택된 프로그램을 텔레비전 제공자에게 전송하는 것을 조정할 수 있으며, 텔레비전 제공자는 선택된 프로그램과 연관하여 선택된 광고의 제시를 조정할 수 있다. 그 밖의 다른 많은 시나리오가 구현될 수 있다.

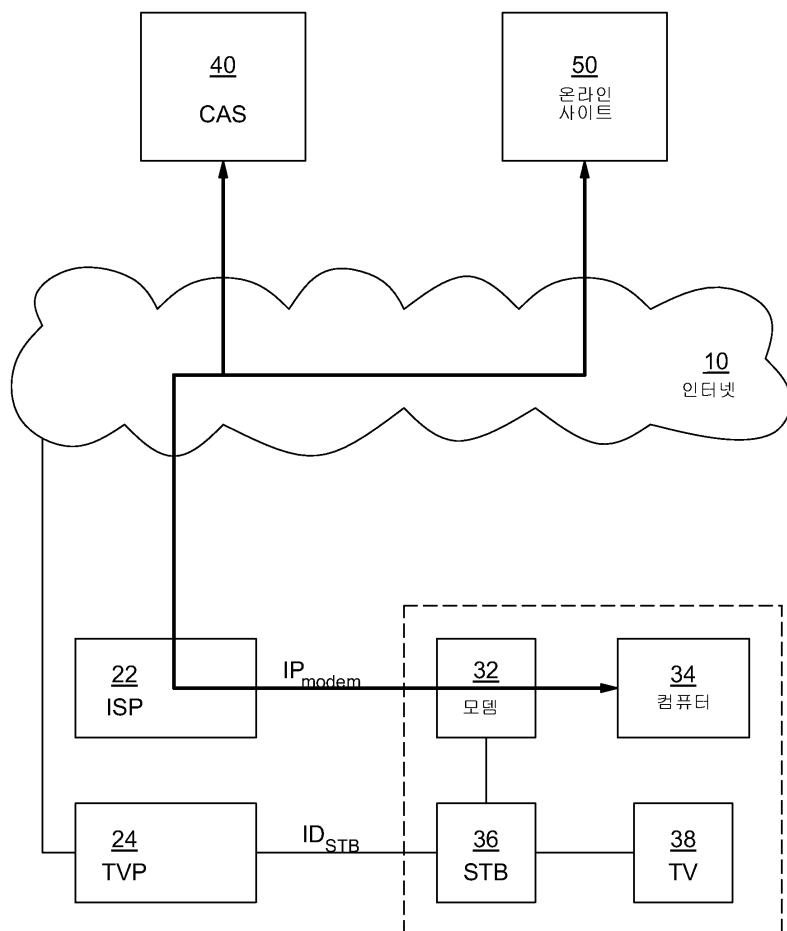
[0094] 텔레비전 표적 광고의 전달을 포함하는 임의의 예에서, 상기 텔레비전 광고는 다양한 공급원 또는 개체에 의해 제공될 수 있다. 앞서 참조되었고, 본원에 포함되는 특허출원 제11/736,544호 및 제11/968,117호에 텔레비전 표적 광고의 다양한 공급원의 예들을 기재되어 있다.

[0095] 본 발명의 임의의 구현에서, 다양한 방식으로, 수익이 발생하고 관련 개체들에게 분배될 수 있다. 본원에 참조로서 포함되는 특허 출원 제11/736,544호 및 제11/968,117호에, 텔레비전 광고의 표적화를 가능하게 하도록 프로필 제공자에게 보상하는 특징을 포함하여 다양한 예들을 기재되어 있다.

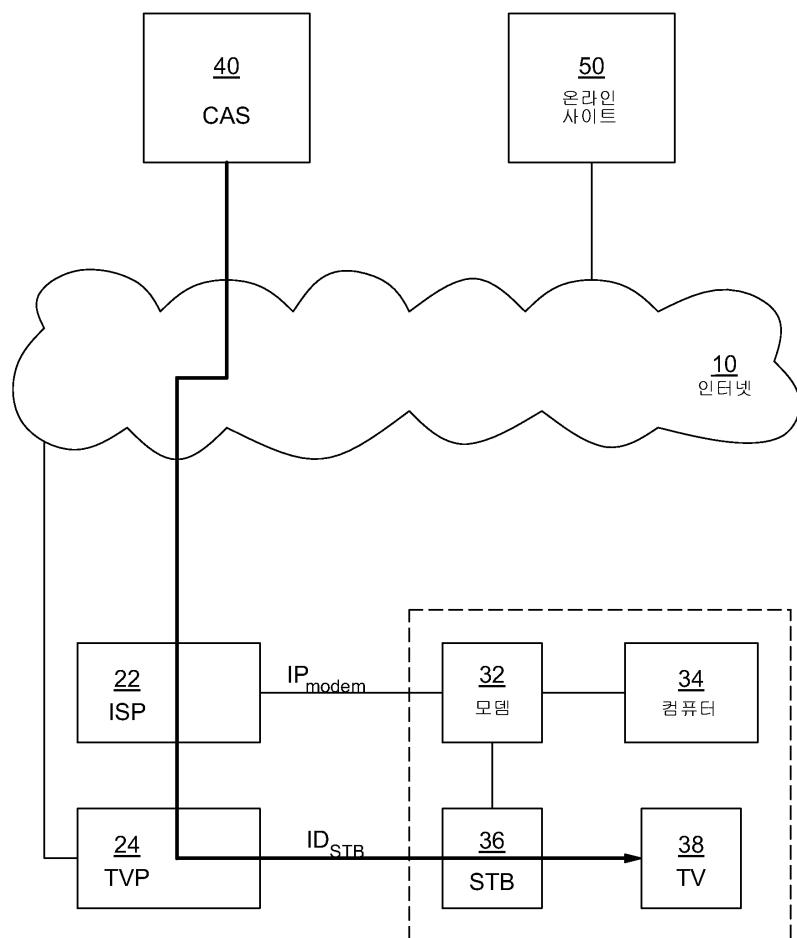
[0096] 본 발명의 시스템 및 방법은 범용(또는 특수용) 컴퓨터 또는 그 밖의 다른 프로그램 가능한 하드웨어 장치를 통해 구현될 수 있다. 컴퓨터 프로그램 또는 그 밖의 다른 소프트웨어는, 사용될 때, 임시 저장장치, 또는 영구 저장장치, 또는 이동형 매체(replaceable media)(가령, 마이크로코드, 객체 지향 코드, 웹기반 또는 분산 소프트웨어 모듈 형식의 프로그램)에서 구현될 수 있으며, RAM, ROM, CD-ROM, DVD-ROM, 하드 드라이브, 섬 드라이브(thumb drive), 플래쉬 메모리, 광학 매체, 자기 매체, 반도체 매체, 또는 임의의 앞으로 개발될 저장 장치 등과 함께 동작할 수 있다.

도면

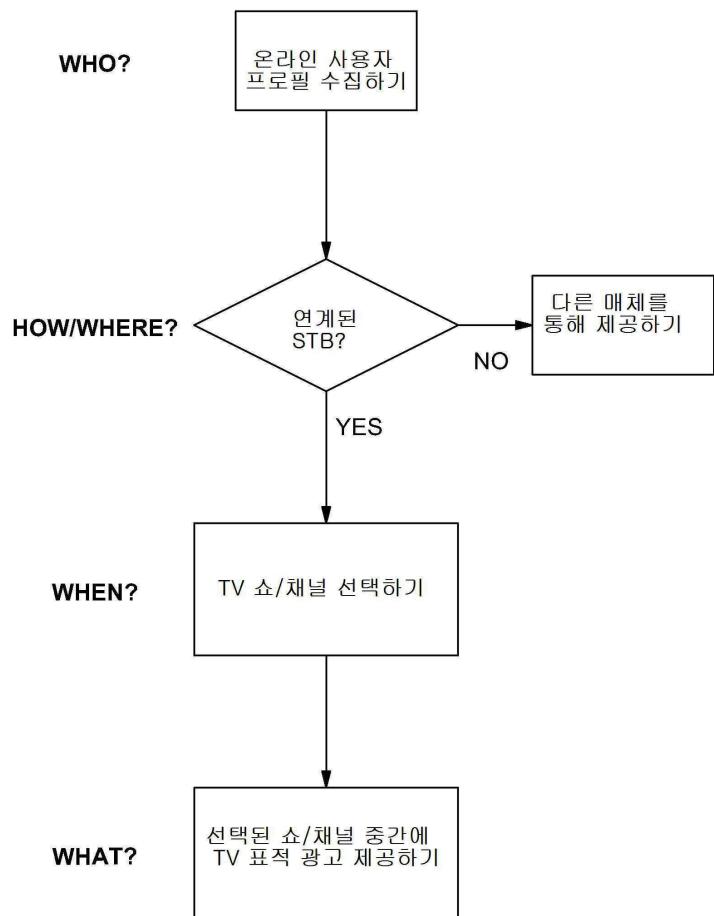
도면1



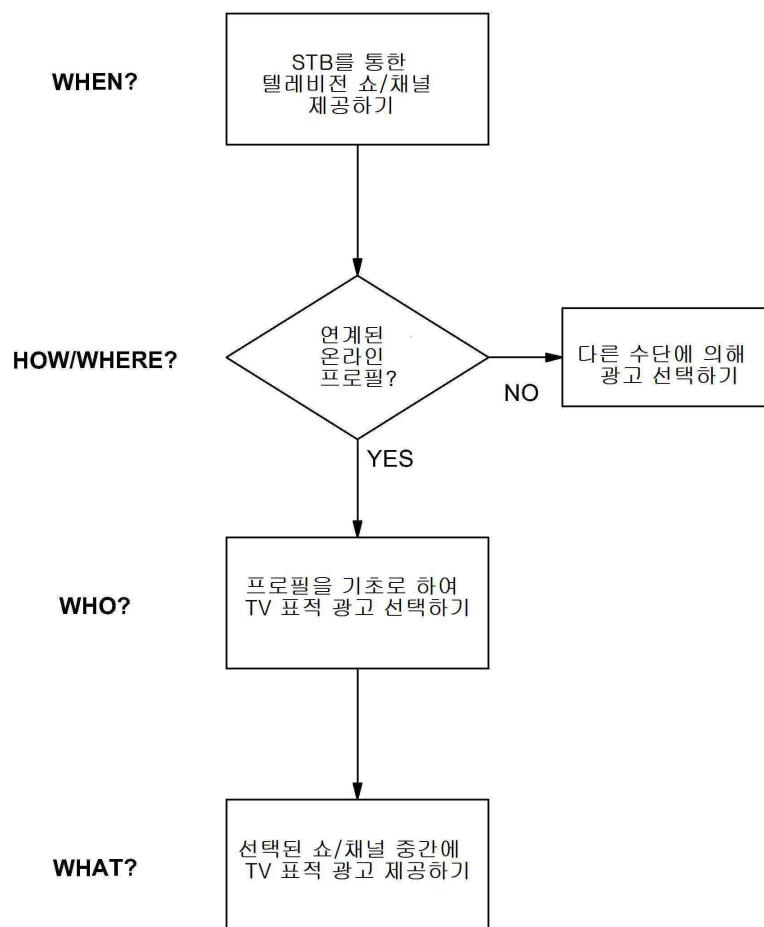
도면2



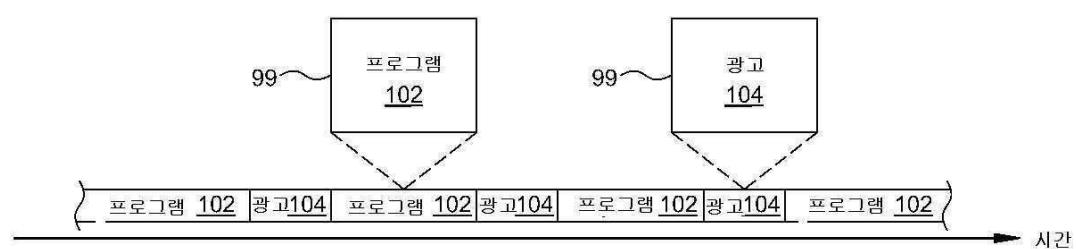
도면3a



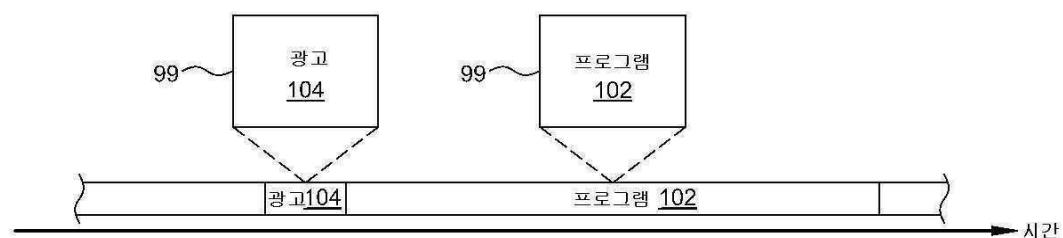
도면3b



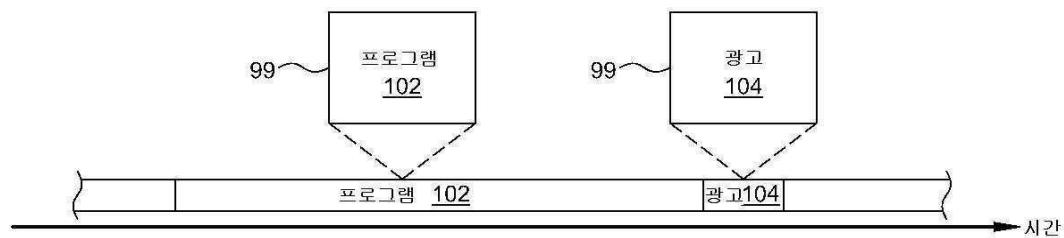
도면4a



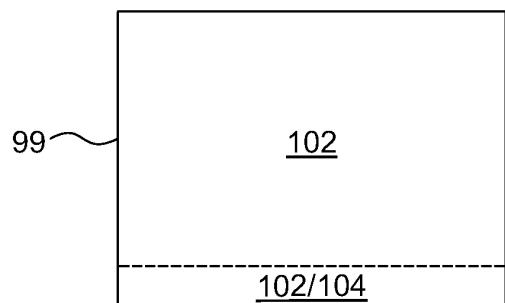
도면4b



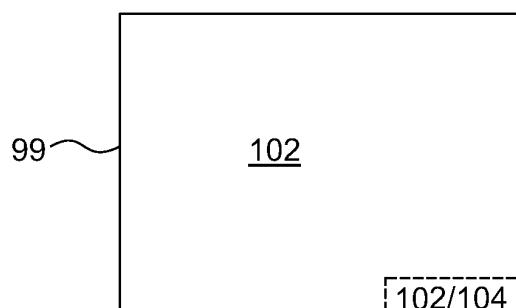
도면4c



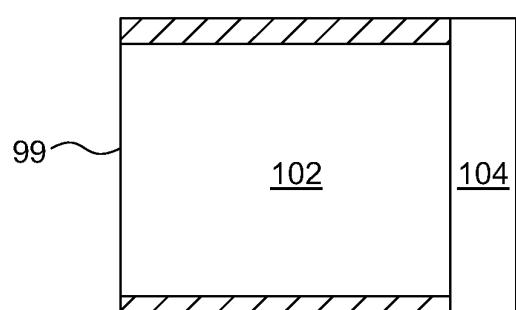
도면5a



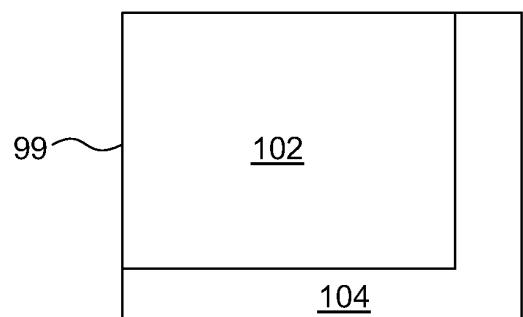
도면5b



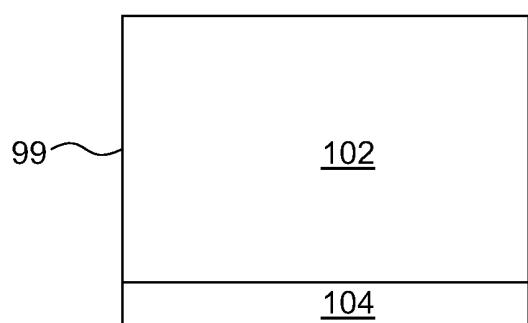
도면5c



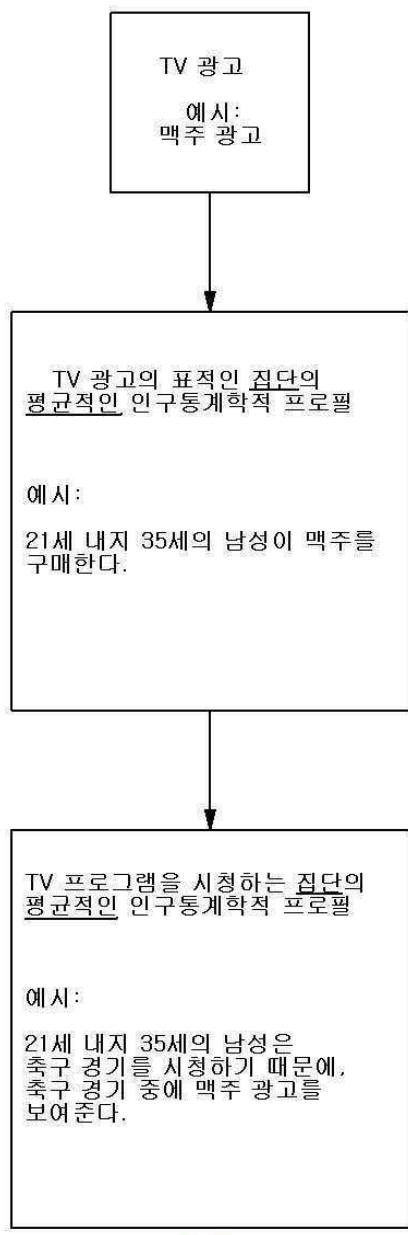
도면5d



도면5e

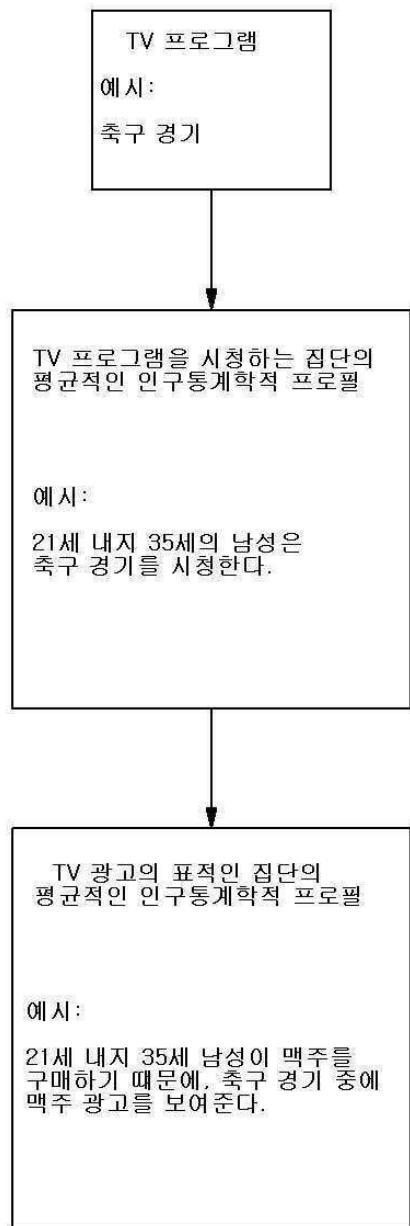


도면6a



종래 기술

도면6b



종래 기술

도면7

