

(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2016-522466

(P2016-522466A)

(43) 公表日 平成28年7月28日 (2016.7.28)

(51) Int.Cl.	F I	テーマコード (参考)
G06F 13/00 (2006.01)	G06F 13/00 550A	5B084
G06F 17/30 (2006.01)	G06F 17/30 340A	5C164
G06Q 30/02 (2012.01)	G06Q 30/02 150	5L049
H04N 21/475 (2011.01)	G06F 13/00 540R	
H04N 21/482 (2011.01)	H04N 21/475	

審査請求 未請求 予備審査請求 有 (全 99 頁) 最終頁に続く

(21) 出願番号	特願2016-502314 (P2016-502314)	(71) 出願人	515257966
(86) (22) 出願日	平成26年3月14日 (2014.3.14)		サーモダイナミック・デザイン・エルエルシー
(85) 翻訳文提出日	平成27年10月30日 (2015.10.30)		アメリカ合衆国メリーランド州20854
(86) 国際出願番号	PCT/US2014/027034		.ポトマック. スキップウィスレーン11300
(87) 国際公開番号	W02014/152173	(74) 代理人	100127926
(87) 国際公開日	平成26年9月25日 (2014.9.25)		弁理士 結田 純次
(31) 優先権主張番号	61/788, 116	(74) 代理人	100140132
(32) 優先日	平成25年3月15日 (2013.3.15)		弁理士 竹林 則幸
(33) 優先権主張国	米国 (US)	(72) 発明者	ブラッド・クリティアンセン
			アメリカ合衆国バージニア州20121. センタービル. コンプトンバレープレイス 6804

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 カスタマイズ可能なデータ管理システム

(57) 【要約】

本発明は、ユーザに合わせてカスタマイズされたアイテムおよび／または提供者情報のサブセットをユーザに表示するように設計された、複数のユーザを有するシステムに関連する方法、システム、およびコンピュータ読み取り可能媒体に関する。

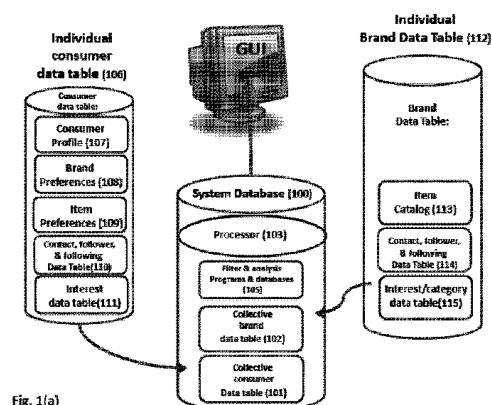


Fig. 1(a)

【特許請求の範囲】**【請求項 1】**

グラフィカルユーザインターフェースでユーザと対話するためのデータオブジェクトを選択する、コンピュータによって実行される方法であって：

アイテム提供者から入手可能なアイテムを識別するデータストリームを、アイテム提供者から受け取る工程と；

アイテム提供者を一意的に識別する提供者識別子と共にデータオブジェクトをグローバルデータベースに記憶する工程と；

データストリーム中のアイテムごとに、アイテムを一意的に識別するアイテム識別子と共にデータオブジェクトを記憶する工程と；

ユーザデバイスのグラフィカルユーザインターフェースでアイテムまたはアイテム提供者のデータオブジェクト表現に対して行われるユーザの対話を検出し、ユーザを一意的に識別するユーザ識別子と共にユーザデータオブジェクトを作成する工程と；

該ユーザデータオブジェクトとアイテムおよび／またはアイテム提供者のデータオブジェクトとの関連付けを追跡データベース内に作成する工程と；

該追跡データベースを使用して、追跡データベース中の関連付けに基づいて、グラフィカルユーザインターフェースに提示するためのデータオブジェクトのカスタマイズされたデータセットを選択する工程と

を含む前記方法。

【請求項 2】

各データオブジェクトはそのオブジェクトを一意的に識別するオブジェクト識別子と共に記憶され、ユーザデータオブジェクトとアイテムおよび／またはアイテム提供者データオブジェクトとの関連付けは、それらのオブジェクトのオブジェクト識別子間の関連付けである、請求項 1 に記載の方法。

【請求項 3】

関連付けは関連付けのデータ構造に準拠し、該関連付けのデータ構造は、それらのオブジェクト識別子に対応する個々のフィールドを含む、請求項 2 に記載の方法。

【請求項 4】

関連付けはさらに、それらのオブジェクト識別子とユーザ識別子との関連付けである、請求項 2 または 3 に記載の方法。

【請求項 5】

請求項 3 に従属し、関連付けのデータ構造はユーザ識別子のためのさらなるフィールドを含む請求項 4 に記載の方法。

【請求項 6】

各データオブジェクトはオブジェクトデータ構造に準拠し、該オブジェクトデータ構造は、そのオブジェクトのオブジェクト識別子；そのデータオブジェクトの作成者のユーザ識別子または提供者識別子；そのデータオブジェクトが関連するユーザ、アイテム、または提供者のユーザ識別子、アイテム識別子、または提供者識別子；および、グラフィカルユーザインターフェースで前記提示を行うための追加的な情報：の少なくとも一部のための個々のフィールドを含む、請求項 1 ～ 5 のいずれか 1 項に記載の方法。

【請求項 7】

アイテム提供者が、アイテムおよび／またはアイテム提供者のデータオブジェクトに関連付けられた新しいデータオブジェクトを作成した後に、カスタマイズされたデータセットを更新して該新しいデータオブジェクトを含める工程を含む、請求項 1 ～ 6 のいずれか 1 項に記載の方法。

【請求項 8】

グローバルデータベースは、アイテムおよび／またはアイテム提供者のデータオブジェクトに関連付けられたカテゴリデータオブジェクトを保持し；

選択されたデータオブジェクトの少なくとも 1 つは、追跡データベース中でカテゴリデータオブジェクトにも関連付けられ、そのデータオブジェクトは、そのことに基づいて、

10

20

30

40

50

カスタマイズされたセットに含めるために選択される、請求項 1～7 のいずれか 1 項に記載の方法。

【請求項 9】

アイテム提供者が、カテゴリデータオブジェクトに関連付けられた新しいデータオブジェクトを作成した後に、カスタマイズされたセットを更新して該新しいデータオブジェクトを含める工程を含む請求項 8 に記載の方法。

【請求項 10】

コンピュータシステムであって：

ユーザが利用可能な表示インターフェースを各々が有する複数のユーザデバイスと；

複数のアイテム提供者と；

データオブジェクトのグローバルデータベースであって、各データオブジェクトは、そのオブジェクトの一意的なオブジェクト識別子と、そのデータオブジェクトが関連するユーザ、アイテム、または提供者のユーザ識別子、アイテム識別子、または提供者識別子を含む、グローバルデータベースと；

(i) 各アイテム提供者について、その提供者の一意的な提供者識別子と、その提供者によって提供されるアイテムの 1 つまたはそれ以上のアイテム識別子を含む個々の提供者データテーブル；(ii) 各ユーザについて、そのユーザの一意的なユーザ識別子と、そのユーザが嗜好を表明しているアイテム、提供者、および／またはカテゴリの 1 つまたはそれ以上のアイテム識別子、提供者識別子、および／またはカテゴリ識別子を含む個々のユーザデータテーブル；ならびに、(iii) 第 1 のユーザのデータテーブルに保持されているアイテム識別子および／または提供者識別子に基づいて、ユーザデータテーブルおよび提供者データテーブルから選択される、少なくとも第 1 のユーザについて選択されたデータテーブルのカスタマイズされたセット：を記憶するコンピュータストレージと；

第 1 のユーザが関連付け命令を自身のユーザデバイスで発することによりある提供者またはアイテムに対する追加的な嗜好を表明するのに応答して、その第 1 のユーザのユーザ識別子を、その提供者またはアイテムの提供者識別子またはアイテム識別子を含むデータオブジェクトのオブジェクト識別子に関連付けるように構成されたグローバル追跡データベースと；

第 1 のユーザがアイテムまたは提供者に対する追加的な関心を表明するのに応答して、1 つまたはそれ以上の追加的な提供者データテーブルおよび／またはユーザデータテーブルを、第 1 のユーザのカスタマイズされたセットに含めるために選択してそのセットを更新し、かつ、第 1 のユーザの更新されたセットに基づいて、第 1 のユーザのユーザデバイスの表示インターフェースを介して第 1 のユーザに表示するための少なくとも 1 つのデータオブジェクトを選択するように構成された情報交換コンピュータとを含む前記コンピュータシステム。

【請求項 11】

グローバルデータベースはカテゴリデータオブジェクトを保持し、該カテゴリデータオブジェクトは、ユーザが後に関心を表明した提供者またはアイテムの提供者識別子またはアイテム識別子を含むデータオブジェクトに関連付けられ、選択されるデータオブジェクトは、追跡データベース内でカテゴリデータオブジェクトにも関連付けられる、請求項 10 に記載のコンピュータシステム。

【請求項 12】

コンピュータシステムであって：

ユーザが利用可能な表示インターフェースを各々が有する複数のユーザデバイスと；

複数のアイテム提供者と；

データオブジェクトのグローバルデータベースであって、各データオブジェクトは、そのオブジェクトの一意的なオブジェクト識別子と、そのデータオブジェクトが関連するユーザ、アイテム、または提供者のユーザ識別子、アイテム識別子、または提供者識別子とを含み、データオブジェクトは、対象ユーザの対象ユーザ識別子と、対象ユーザをフォロ

ーしているユーザのフォロワーユーザ識別子とを含むユーザ関連付けデータオブジェクトを含み、該グローバルデータベースは、対象ユーザが自身のユーザデバイスで追跡命令を発することによりデータオブジェクト表現に追跡の関心を表明するのに応答して、そのデータオブジェクトに基づく新しい派生データオブジェクトを作成するように構成される、グローバルデータベースと；

対象ユーザがデータオブジェクト表現に追跡の関心を表明するのに応答して、対象ユーザのユーザ識別子と、そのデータオブジェクトのオブジェクト識別子と、作成された派生データオブジェクトのオブジェクト識別子との関連付けを記憶するように構成されたグローバル追跡データベースと；

対象ユーザがデータオブジェクト表現に関心を表明するのに応答して、グローバルデータベースおよびグローバル追跡データベースにアクセスし、フォロワーユーザのユーザデバイスの表示インターフェースを介してフォロワーユーザに派生データオブジェクト表現を表示するように構成された情報交換コンピュータとを含む前記コンピュータシステム。

【請求項 13】

1つまたはそれ以上の放送方式で放送されるフレームのストリームとして編成されたデータオブジェクト表現のセットを表示する、請求項 10 または 12 に記載のシステム。

【請求項 14】

放送は、電波、ケーブル、光ファイバ、および／または衛星を介して送信される請求項 13 に記載のシステム。

【請求項 15】

放送はテレビに直接受信され、テレビ画面に表示される請求項 14 に記載のシステム。

【請求項 16】

ストリームは、動作的にテレビ画面に接続されたテレビデコーダによって直接受信され、テレビデコーダは、ユーザが、テレビ画面で放送される 1つまたはそれ以上のフレームを閲覧し、該フレームと対話することを可能にする、請求項 15 に記載のシステム。

【請求項 17】

テレビデコーダは、ケーブルデジタル映像レコーダ (DVR)、TiVO、Roku、DirectTV、GoogleTV、Apple TV、XBOX 360、XBOX 1、PS3、PS4、WiiU、および／または他のプログラム可能デコーダである請求項 16 に記載のシステム。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

関連出願の相互参照

2013 年 3 月 15 日に出願された米国仮出願第 61/788, 116 号を参照し、その開示内容はすべて参照によって本明細書に組み入れられる。

【0002】

本発明は、ユーザがオンライン体験を自身に合わせたものにすることができ、コンテンツ提供者がユーザ情報を収集してユーザに的を絞ったオンライン体験を生み出すことができる、カスタマイズ可能なデータ管理システムに関する。

【背景技術】

【0003】

ユーザのオンライン体験を向上させるためにオンラインコンテンツ提供者によって各種の高度な方法が開発されているにも関わらず、ユーザの個人的な嗜好に基づいて個々に合わせたインターフェースをユーザに提供する単純で有用なシステムは依然として実現が難しい。詳細には、ユーザの嗜好に関連するデータを効率的に選択し、管理し、表示するシステムが強く必要とされている。さらに、個々のユーザの個人的な嗜好に関連する情報と、そのユーザとそのユーザのオンラインソーシャルネットワークコミュニティの 1 人またはそれ以上のメンバに共有される嗜好に関連する情報の両方を含むデータセットを合

10

20

30

40

50

成することにより、ユーザのオンライン体験をさらに豊かにことが望まれる。

【発明の概要】

【課題を解決するための手段】

【0004】

本発明は以下の具体的実施形態を考えている。本明細書に記載される実施形態には、当業者により、本発明の主旨および範囲から逸脱することなく、各種の変更、追加、および改変を加えることができる。そのような変更、追加、および改変は特許請求の範囲内にあることが意図される。

【0005】

本発明の実施形態は、アイテム (item) の提供者から入手することが可能なアイテムについての莫大な量のデータを管理する文脈で発生する技術的問題を解決することを対象とし、特定のアイテムまたは特定のアイテムの提供者を見つけようとするユーザが、自身のユーザインターフェースで簡略化された体験を得る。本発明の一態様によると、データ構造が設定され、このデータ構造は、データ構造中のデータオブジェクトのより効率的なデータ処理を可能にして、選択されユーザに合わせて生成された視覚的表現を1人またはそれ以上のユーザのグラフィカルユーザインターフェースで利用できるようにする。

【0006】

本発明の別の態様は、複数のアイテム提供者と複数のユーザを持つシステム内でアイテム提供者とユーザの双方を追跡する設備を提供し、それにより、他のユーザおよび／または提供者が行う活動に基づいて、ユーザに合わせて生成される豊富な視覚的表現をユーザの一人に提供することができる。

【0007】

したがって、本発明は、実施形態 (a) : グラフィカルユーザインターフェースでユーザと対話するためのデータオブジェクトを選択する、コンピュータによって実行される方法を提供し、この方法は：アイテム提供者から入手可能なアイテムを識別するデータストリームを、アイテム提供者から受け取る工程と；アイテム提供者を一意に識別する提供者識別子と共にデータオブジェクトをグローバルデータベースに記憶する工程と；データストリーム中のアイテムごとに、アイテムを一意に識別するアイテム識別子と共にデータオブジェクトを記憶する工程と；ユーザデバイスのグラフィカルユーザインターフェースでアイテムまたはアイテム提供者のデータオブジェクト表現に対して行われるユーザの対話を検出し、ユーザを一意に識別するユーザ識別子と共にユーザデータオブジェクトを作成する工程と；ユーザデータオブジェクトとアイテムおよび／またはアイテム提供者のデータオブジェクトとの関連付けを追跡データベース内に作成する工程と；追跡データベースを使用して、追跡データベース中の関連付けに基づいて、グラフィカルユーザインターフェースに提示するためのデータオブジェクトのカスタマイズされたデータセットを選択する工程とを含む。一例では、実施形態 (a) の各データオブジェクトはそのオブジェクトを一意に識別するオブジェクト識別子と共に記憶され、ユーザデータオブジェクトとアイテムおよび／またはアイテム提供者データオブジェクトとの関連付けは、それらのオブジェクトのオブジェクト識別子間の関連付けである。さらに、実施形態 (a) の関連付けは関連付けのデータ構造に準拠し、関連付けのデータ構造は、それらのオブジェクト識別子に対応する個々のフィールドを含む。関連付けはさらに、それらのオブジェクト識別子とユーザ識別子との関連付けである場合があり、場合により、関連付けのデータ構造はユーザ識別子のためのさらなるフィールドを含む。実施形態 (a) のさらに他の例では、各データオブジェクトはオブジェクトデータ構造に準拠することができ、オブジェクトデータ構造は、そのオブジェクトのオブジェクト識別子；そのデータオブジェクトの作成者のユーザ識別子または提供者識別子；そのデータオブジェクトが関連するユーザ、アイテム、または提供者のユーザ識別子、アイテム識別子、または提供者識別子；および、グラフィカルユーザインターフェースで前記提示を行うための追加的な情報：の少なくとも一部のための個々のフィールドを含む。実施形態 (a) の方法はさらに、アイテム提供者が、アイテムおよび／またはアイテム提供者のデータオブジェクトに関連付けられた新しいデー

10

20

30

40

50

タオブジェクトを作成した後に、カスタマイズされたデータセットを更新して新しいデータオブジェクトを含める工程を含むことができる。実施形態（a）のグローバルデータベースは、アイテムおよび／またはアイテム提供者のデータオブジェクトに関連付けられたカテゴリデータオブジェクトを保持することができ；選択されたデータオブジェクトの少なくとも1つは、追跡データベース中でカテゴリデータオブジェクトにも関連付けられ、そのデータオブジェクトは、そのことに基づいて、カスタマイズされたセットに含めるために選択され；場合により、方法はさらに、アイテム提供者が、カテゴリデータオブジェクトに関連付けられた新しいデータオブジェクトを作成した後に、カスタマイズされたセットを更新して新しいデータオブジェクトを含める工程を含む。

【0008】

さらに、本発明は、実施形態（b）：コンピュータシステムを提供し、このコンピュータシステムは：ユーザが利用可能な表示インターフェースを各々が有する複数のユーザデバイスと；複数のアイテム提供者と；データオブジェクトのグローバルデータベースであって、各データオブジェクトは、そのオブジェクトの一意的なオブジェクト識別子と、そのデータオブジェクトが関連するユーザ、アイテム、または提供者のユーザ識別子、アイテム識別子、または提供者識別子とを含む、グローバルデータベースと；（i）各アイテム提供者について、その提供者の一意的な提供者識別子と、その提供者によって提供されるアイテムの1つまたはそれ以上のアイテム識別子とを含む個々の提供者データテーブル；（ii）各ユーザについて、そのユーザの一意的なユーザ識別子と、そのユーザが嗜好を表明しているアイテム、提供者、および／またはカテゴリの1つまたはそれ以上のアイテム識別子、提供者識別子、および／またはカテゴリ識別子とを含む個々のユーザデータテーブル；ならびに、（iii）第1のユーザのデータテーブルに保持されているアイテム識別子および／または提供者識別子に基づいて、ユーザデータテーブルおよび提供者データテーブルから選択される、少なくとも第1のユーザについて選択されたデータテーブルのカスタマイズされたセット：を記憶するコンピュータストレージと；第1のユーザが関連付け命令を自身のユーザデバイスで発することにより、ある提供者またはアイテムに対する追加的な嗜好を表明するのに応答して、その第1のユーザのユーザ識別子を、その提供者またはアイテムの提供者識別子またはアイテム識別子を含むデータオブジェクトのオブジェクト識別子に関連付けるように構成されたグローバル追跡データベースと；第1のユーザがアイテムまたは提供者に対する追加的な関心を表明するのに応答して、1つまたはそれ以上の追加的な提供者データテーブルおよび／またはユーザデータテーブルを、第1のユーザのカスタマイズされたセットに含めるために選択してそのセットを更新し、かつ、第1のユーザの更新されたセットに基づいて、第1のユーザのユーザデバイスの表示インターフェースを介して第1のユーザに表示するための少なくとも1つのデータオブジェクトを選択するように構成された情報交換コンピュータとを含む。実施形態（b）のグローバルデータベースは、カテゴリデータオブジェクトを保持することができ、カテゴリデータオブジェクトは、ユーザが後に関心を表明した提供者またはアイテムの提供者識別子またはアイテム識別子を含むデータオブジェクトに関連付けられ、選択されるデータオブジェクトは、追跡データベース内でカテゴリデータオブジェクトにも関連付けられる。

【0009】

実施形態（c）：コンピュータシステムも提供され、このコンピュータシステムは：ユーザが利用可能な表示インターフェースを各々が有する複数のユーザデバイスと；複数のアイテム提供者と；データオブジェクトのグローバルデータベースであって、各データオブジェクトは、そのオブジェクトの一意的なオブジェクト識別子と、そのデータオブジェクトが関連するユーザ、アイテム、または提供者のユーザ識別子、アイテム識別子、または提供者識別子とを含み、データオブジェクトは、対象ユーザの対象ユーザ識別子と、対象ユーザをフォローしているユーザのフォロワーユーザ識別子とを含むユーザ関連付けデータオブジェクトを含み、ここで、グローバルデータベースは、対象ユーザが自身のユーザデバイスで追跡命令を発することによりデータオブジェクト表現に追跡の関心を表明す

るのに応答して、そのデータオブジェクトに基づく新しい派生データオブジェクトを作成するように構成される、前記グローバルデータベースと；対象ユーザがデータオブジェクトに追跡の関心を表明するのに応答して、対象ユーザのユーザ識別子と、そのデータオブジェクトのオブジェクト識別子と、作成された派生データオブジェクトのオブジェクト識別子との関連付けを記憶するように構成されたグローバル追跡データベースと；対象ユーザがデータオブジェクトに関心を表明するのに応答して、グローバルデータベースおよびグローバル追跡データベースにアクセスし、フォロワーユーザのユーザデバイスの表示インターフェースを介してフォロワーユーザに派生データオブジェクト表現を表示するように構成された情報交換コンピュータとを含む。

【0010】

10

実施形態（a）～（c）を使用して本明細書に記載される各種方法を実施すると共に、それらの方法を実施するように設計されたシステムおよびコンピュータ読取り可能媒体も実装する。例えば、以下の実施形態（（1）～（13））は、実施形態（a）～（c）をどのように使用できるかに関する：

【0011】

実施形態（1）：システム上でブランド情報を交換する方法であって、システムは、（i）第1の消費者ユーザおよび1人またはそれ以上の他の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザと、（ii）第1のブランドを含む複数のブランドと、を有し、方法は：（a）第1のブランド情報を受け取る動作；（b）第1の消費者ユーザが第1のブランド情報に対する嗜好を表明したことを示す第1のブランド嗜好情報を受け取る動作；（c）第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報のサブセットを作成する動作；（d）第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する動作；（e）第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る動作；（f）第1のブランドに：第1のブランドに関連し、1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、第1のブランドに関連する対話データ；システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、第1のブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；またはそれらの組み合わせ、を表示する動作、を含む。

20

30

【0012】

実施形態（1）はさらに：複数のブランドから追加的なブランド情報を受け取る工程と；第1の消費者ユーザが追加的なブランド情報の追加的なサブセットに対する嗜好を表明したことを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報および追加的なブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットを作成する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る工程と；追加的なブランドそれぞれに：（i）1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連し、1つまたはそれ以上の追加的なブランド情報に対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；（ii）システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する対話データ；（iii）システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または（iv）それらの組み合わせ、を表示する工程を含むことができる。

40

【0013】

さらに、実施形態（1）はさらに、システム上でこれまでに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を第1の消費者ユーザに表示する工程を含むことができ

50

る。表示工程（d）は、第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を1人またはそれ以上の他の消費者ユーザに表示する工程も含むことができ、1人またはそれ以上の他の消費者ユーザは第1の消費者ユーザと関係を有する。

【0014】

実施形態（1）の対話データは、（i）システム上の複数の消費者ユーザのうち1人またはそれ以上の消費者ユーザ、（ii）1つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、（iii）システム上の複数の消費者ユーザのうち第1のブランドに対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザ、（iv）第1のブランドの商品アイテム（commercial item）に対する嗜好を表明しているシステム上
10
の1人またはそれ以上の消費者ユーザ、（v）システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または（vi）それらの組み合わせを含む。

【0015】

実施形態（1）におけるデータオブジェクト表現のサブセットとの第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話は：サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する会話に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する意見を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現の評価を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現をクリックして追加的な詳細を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクトをクリックして第1のブランドに置かれている情報を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する調査に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関してさらに多くの情報を第1のブランドに要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第三者の小売業者／再販業者から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを直接第1のブランドから購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを個人から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する競売に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを無料、貸し付け、販売、リース、および／もしくはレンタルで提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムの購入を申請すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された取り扱いが中止された（discontinued）商品アイテムを第1のブランドおよび／もしくはその公認小売業者／再販業者が再開することを要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクトに関する製品（product）のアイデア、改良、および／もしくは改善を第1のブランドに提案すること、またはそれらの組み合わせを含むことができる。
20
30
40

【0016】

実施形態（1）の対話データは、第1のブランドのデータオブジェクトの消費者によるクリック数、第1のブランドのデータオブジェクトの消費者によるインプレッション数、第1のブランドの派生データオブジェクトの消費者によるクリック数、第1のブランドの派生データオブジェクトのシステム消費者によるインプレッション数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせを含む。

10

20

30

40

50

【0017】

実施形態（１）の人口統計情報は、性別、人種、年齢、収入、教育、自宅の所有権、居住地、雇用状況、買い物の履歴、個人的な興味関心事、および／もしくは趣味、またはそれらの組み合わせを含む。

【0018】

実施形態（１）の比較対話データは、（i）システム上の複数の消費者ユーザのうち１人またはそれ以上の消費者ユーザ、（ii）１つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、（iii）システム上の複数の消費者ユーザのうち第１のブランドに対する嗜好を表明している１人またはそれ以上の消費者ユーザ、（iv）第１のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明しているシステム上の１人またはそれ以上の消費者ユーザ、（v）システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または（vi）それらの組み合わせを含む。

10

【0019】

実施形態（１）の比較対話データはさらに、第１のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第１のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、第１のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第１のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

20

【0020】

実施形態（１）の比較対話データは場合により、定義された時間間隔にわたって収集される。例えば、定義された時間間隔は、第１のブランドおよび／または第１のブランドの競合社がシステムに参加している期間である。

【0021】

実施形態（１）の比較対話データはさらに、複数のブランドに関連した、第１のブランドのブランド順位データ；および／または、複数のブランドのうち１つまたはそれ以上の競合ブランドに関連した、第１のブランドのブランド順位データを含む。

【0022】

実施形態（１）の第１のブランド情報は、１つまたはそれ以上のブランド商標、１つまたはそれ以上のブランドロゴ、１つまたはそれ以上の商品アイテムのロゴに関連する情報、ブランドの説明、ブランドに関連付けられた興味カテゴリ、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、ブランドのポートフォリオ中のブランドに関連する情報、関連するブランドの説明、関連するブランドの製品、またはそれらの組み合わせ、を含む一般的なブランド情報を含む。例えば、ブランド媒体は、ブランド固有の映像ファイル、ブランド固有の音声ファイル、もしくは印刷媒体を含み、かつ／または、ブランド固有の解説文書および情報は、１つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。また、実施形態（１）の第１のブランド情報は、１つまたはそれ以上の商品アイテム商標、商品アイテムの説明情報、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、関連する第１のブランドの製品、またはそれらの組み合わせ、に関連する情報を含む第１のブランドの商品アイテム情報を含む。

30

40

【0023】

実施形態（１）の商品アイテムの説明情報は、アイテムの画像、１つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、１つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含む。例えば、商品アイテム媒体は、商品アイテム固有の映像ファイル、商品アイテム固有の音声ファイル、または印刷媒体を含み、；商品アイテム固有の解説文書および情報は、１つまたはそれ以上の文献の参照、レ

50

ビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

【0024】

実施形態(1)の第1のブランド嗜好情報は、第1のブランド情報に対するシステム追跡嗜好を含み、上記方法はさらに、第1のブランド情報をフィルタリングして、第1のブランド情報に対してシステム追跡嗜好を表明した第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報の第1の補助サブセットを作成する工程と；第1のブランド情報の第1の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程を含み、1つまたはそれ以上の派生データオブジェクトはシステム内で上記1つまたはそれ以上のデータオブジェクトに関連付けられる。

10

【0025】

実施形態(1)の方法はさらに、他の消費者ユーザが第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を有することを示す第1の消費者ユーザ嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を表明している他の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報の第2の補助サブセットを作成する工程と；第1のブランド情報の第2の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を他の消費者ユーザに表示する工程を含む。実施形態(1)の方法は、第1のブランドユーザが第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を有することを示す第1の消費者ユーザ嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を表明している第1のブランドユーザに提供される第1のブランド情報の第3の補助サブセットを作成する工程と；第1のブランド情報の第3の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を第1のブランドユーザに表示する工程も含むことができる。

20

【0026】

実施形態(1)のシステム追跡嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローする、かつ／またはリストに入れることによって表明される。

【0027】

実施形態(1)の方法はさらに、複数のブランドのうち他のブランドが第1の消費者ユーザに対する嗜好を有することを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を上記他のブランドに表示する工程を含むことができる。実施形態(1)の一例では、嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローする、リストに入れる、友達になる、ならびに／または「いいね(liking)」することとして表明される。システム追跡嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローすること、かつ／またはリストに入れることから選択することができる。例えば、第1の消費者ユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明すると、そのデータオブジェクトに基づく派生データオブジェクトが生成され、派生データオブジェクトはシステム内でそのデータオブジェクトおよび第1の消費者ユーザに関連付けられる。第1のブランドユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明すると、そのデータオブジェクトに基づく派生データオブジェクトが生成されることができ、派生データオブジェクトはシステム内でそのデータオブジェクトおよび第1のブランドユーザに関連付けられる。特定の例では、データオブジェクトに変更を加えると、そのデータオブジェクトのすべての派生データオブジェクトの変更が生成される。変更は、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト要素の編集、データオブジェクトへの追加、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト要素の削除、データオブジェクトに関するコメントの追加、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

30

40

【0028】

実施形態(1)のシステムは第1のブランドユーザを含むことができ、上記方法はさら

50

に、第1のブランド情報に対して嗜好を表明している複数の消費者ユーザに関連する対話データを、第1のブランドユーザに表示する工程と；第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットを第1のブランドユーザに表示する工程と；第1のブランドユーザがサブセットの中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明したことを示すサブセット嗜好情報を受け取る工程と；第1の消費者ユーザおよび第1のブランドユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットとの対話を、第1のブランドユーザに表示する工程とを含むことができる。

【0029】

実施形態(1)の方法はさらに、第1のブランド対話データおよび／または第1のブランド比較対話データに応答して追加的な第1のブランド情報を受け取る工程を含むことができる。追加的な第1のブランド情報は、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドレビュー、ブランドの評価、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

【0030】

実施形態(1)(a)は、実施形態(1)の方法で作成される第1のブランド情報のサブセットに関し、実施形態(1)(b)は、実施形態(1)の方法で第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットに関する。

【0031】

実施形態(2)：少なくとも1つのプロセッサを含むシステムであって、プロセッサは：第1のブランド情報を受け取り；第1の消費者ユーザが第1のブランド情報に対する嗜好を表明したことを示す第1のブランド嗜好情報を受け取り；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報のサブセットを作成し；第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示し；第1の消費者ユーザに表示されたデータオブジェクト表現のサブセットとの、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取り；第1のブランドに：第1のブランドに関連し、1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、第1のブランドに関連する対話データ；システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、第1のブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；またはそれらの組み合わせ、を表示する、ようにプログラムされる。

【0032】

実施形態(2)のプロセッサはさらに、複数のブランドから追加的なブランド情報を受け取り；第1の消費者ユーザが追加的なブランド情報の追加的なサブセットに対する嗜好を表明したことを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取り；第1のブランド情報および追加的なブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットを作成し；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示し；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取り；かつ、追加的なブランドそれぞれに：(i) 1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連し、1つまたはそれ以上の追加的なブランド情報に対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；(ii) システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する対話データ；(iii) システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または(iv) それらの組み合わせ、を表示する、ようにプログラムすることができる。プロセッサはさらに、システム上でこれ

10

20

30

40

50

までに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を第1の消費者ユーザに表示するようにプログラムすることができる。プロセッサはさらに、第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を1人またはそれ以上の他の消費者ユーザに表示するようにプログラムされ、1人またはそれ以上の他の消費者ユーザは第1の消費者ユーザと関係を有する。

【0033】

実施形態(2)の対話データは、(i)システム上の複数の消費者ユーザのうち1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(ii)1つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、(iii)システム上の複数の消費者ユーザのうち第1のブランドに対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(iv)第1のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明しているシステム上の1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(v)システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または(vi)それらの組み合わせを含むことができる。

【0034】

実施形態(2)で、データオブジェクト表現のサブセットとの第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話は：サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する会話に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する意見を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現の評価を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現をクリックして追加的な詳細を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現をクリックして第1のブランドに置かれている情報を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する調査に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関してさらに多くの情報を第1のブランドに要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第三者の小売業者／再販業者から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを直接第1のブランドから購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを個人から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する競売に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを無料、貸し付け、販売、リース、および／もしくはレンタルで提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムの購入を申請すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された取り扱いが中止された商品アイテムを第1のブランドおよび／もしくはその公認小売業者／再販業者が再開することを要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する製品のアイデア、改良、および／もしくは改善を第1のブランドに提案すること、またはそれらの組み合わせを含む。

【0035】

実施形態(2)で使用される対話データは、第1のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第1のブランドのデータオブジェクト表現の消費者のインプレッション数、第1のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第1のブランドの派生データオブジェクト表現のシステム消費者のインプレッション数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごと

10

20

30

40

50

の動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせを含む。同様に、実施形態（２）で使用される人口統計情報は、性別、人種、年齢、収入、教育、自宅の所有権、居住地、雇用状況、買い物の履歴、個人的な興味関心事、および／もしくは趣味、またはそれらの組み合わせを含む。

【００３６】

実施形態（２）における、システム上の複数のブランドおよび／またはシステム上の複数のブランドのサブセットと比較した第１のブランドの比較対話データは、（ｉ）システム上の複数の消費者ユーザのうち１人またはそれ以上の消費者ユーザ、（ｉｉ）１つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、（ｉｉｉ）システム上の複数の消費者ユーザのうち第１のブランドに対する嗜好を表明している１人またはそれ以上の消費者ユーザ、（ｉｖ）第１のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明しているシステム上の１人またはそれ以上の消費者ユーザ、（ｖ）システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または（ｖｉ）それらの組み合わせを含む。また、比較対話データは、第１のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第１のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、第１のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第１のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせを含む。この特定の例で使用される人口統計情報は、性別、人種、年齢、収入、教育、自宅の所有権、居住地、雇用状況、買い物の履歴、個人的な興味関心事、および／もしくは趣味、またはそれらの組み合わせを含む。

【００３７】

実施形態（２）における比較対話データは、定義された時間間隔、例えば第１のブランドおよび／または第１のブランドの競合社がシステムに参加している期間にわたって収集することができる。

【００３８】

さらに、実施形態（２）における比較対話データはさらに、複数のブランドと関連した、第１のブランドのブランド順位データを含むことができ、例えば比較対話データはさらに、複数のブランドのうち１つまたはそれ以上の競合ブランドと関連した、第１のブランドのブランド順位データを含む。

【００３９】

実施形態（２）の第１のブランド情報は、１つまたはそれ以上のブランド商標、１つまたはそれ以上のブランドロゴ、１つまたはそれ以上の商品アイテムのロゴに関連する情報、ブランドの説明、ブランドに関連付けられた興味カテゴリ、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、ブランドのポートフォリオ中のブランドに関連する情報、関連するブランドの説明、関連するブランドの製品、またはそれらの組み合わせ、を含む一般的なブランド情報を含む。この特定の実施形態では、ブランドの説明情報は、ブランドの画像、１つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、１つまたはそれ以上のブランドレビュー、ブランドの評価、またはそれらの組み合わせを含む。ブランド媒体は、ブランド固有の映像ファイル、ブランド固有の音声ファイル、もしくは印刷媒体を含み；ブランド固有の解説文書および情報は、１つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

【００４０】

実施形態（２）の第１のブランド情報は、１つまたはそれ以上の商品アイテム商標、商品アイテムの説明情報、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、関連する第１のブランドの製品、またはそれら

の組み合わせに関連する情報を含む第1のブランドの商品アイテム情報を含むことができる。この例では、商品アイテムの説明情報は、アイテムの画像、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、もしくはそれらの組み合わせを含み；商品アイテム媒体は、商品アイテム固有の映像ファイル、商品アイテム固有の音声ファイル、もしくは印刷媒体を含み、；かつ／または、商品アイテム固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、もしくはそれらの組み合わせを含む。

【0041】

実施形態(2)の第1のブランド嗜好情報は、第1のブランド情報に対するシステム追跡嗜好を含み、上記プロセッサはさらに、第1のブランド情報をフィルタリングして、第1のブランド情報に対してシステム追跡嗜好を表明した第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報の第1の補助サブセットを作成し；第1のブランド情報の第1の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する、ようにプログラムされ、1つまたはそれ以上の派生データオブジェクトはシステム内で上記1つまたはそれ以上のデータオブジェクトに関連付けられる。

【0042】

実施形態(2)のプロセッサはさらに、他の消費者ユーザが第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を有することを示す第1の消費者ユーザ嗜好情報を受け取り；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を表明している他の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報の第2の補助サブセットを作成し；第1のブランド情報の第2の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を他の消費者ユーザに表示する、ようにプログラムすることができる。この実施形態(2)のプロセッサはさらに、第1のブランドユーザが第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を有することを示す第1の消費者ユーザ嗜好情報を受け取り；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を表明している第1のブランドユーザに提供される第1のブランド情報の第3の補助サブセットを作成し；第1のブランド情報の第3の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を第1のブランドユーザに表示する、ようにプログラムすることができる。

【0043】

実施形態(2)で使用されるシステム追跡嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローする、かつ／またはリストに入れることによって表明される。

【0044】

実施形態(2)のプロセッサはさらに、複数のブランドのうち他のブランドが第1の消費者ユーザに対する嗜好を有することを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取り；第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を上記他のブランドに表示するようにプログラムすることができる。例えば、嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローする、リストに入れる、友達になる、ならびに／または「いいね」することとして表明される。嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローすること、ならびに／またはリストに入れることから選択されるシステム追跡嗜好とすることができる。

【0045】

実施形態(2)のプロセッサはさらに、第1の消費者ユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明するのに応答して派生データオブジェクトを生成し、その派生データオブジェクトをシステム内でそのデータオブジェクトおよび第1の消費者ユーザに関連付けるようにプログラムすることができる。この実施形態のプロセッサは

、第1のブランドユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明したのに応答して派生データオブジェクトを生成し、その派生データオブジェクトをシステム内でそのデータオブジェクトおよび第1のブランドユーザに関連付けるようにプログラムすることもできる。

【0046】

実施形態(2)のシステムは第1のブランドユーザも含むことができ、上記プロセッサはさらに、第1のブランド情報に対して嗜好を表明している複数の消費者ユーザに関連する対話データを、第1のブランドユーザに表示し；第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットを第1のブランドユーザに表示し；第1のブランドユーザがサブセットの中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明したことを示すサブセット嗜好情報を受け取り；第1の消費者ユーザおよび第1のブランドユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットとの対話を、第1のブランドユーザに表示する、ようにプログラムされる。

10

【0047】

さらに、実施形態(2)のプロセッサはさらに、第1のブランド対話データおよび／または第1のブランド比較対話データに応答して追加的な第1のブランド情報を受け取るようにプログラムすることができ、例えば追加的な第1のブランド情報は、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドレビュー、ブランドの評価、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含む。

20

【0048】

実施形態(2)(a)は、実施形態(2)のシステムで作成される第1のブランド情報のサブセットである。実施形態(2)(b)は、実施形態(2)のシステムで第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットである。

【0049】

実施形態(3)：少なくとも1つのコンピュータによって実行されるとシステム上でブランド情報を交換する方法を行う命令が記録された少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体であって、システムは、(i)第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザと、(ii)第1のブランドを含む複数のブランドと、を有し、方法は：第1のブランド情報を受け取る動作；第1の消費者ユーザが第1のブランド情報に対する嗜好を表明したことを示す第1のブランド嗜好情報を受け取る動作；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報のサブセットを作成する動作；第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する動作；第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る動作；第1のブランドに：第1のブランドに関連し、1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、第1のブランドに関連する対話データ；システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、第1のブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；またはそれらの組み合わせ、を表示する動作、を含む。

30

40

【0050】

実施形態(3)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体の方法はさらに：複数のブランドから追加的なブランド情報を受け取る工程と；第1の消費者ユーザが追加的なブランド情報の追加的なサブセットに対する嗜好を表明したことを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報および追加的なブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットを作成する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上

50

の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る工程と；追加的なブランドそれぞれに：(i) 1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連し、1つまたはそれ以上の追加的なブランド情報に対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；(ii) システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する対話データ；(iii) システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または(iv) それらの組み合わせ、を表示する工程を含むことができる。さらに、上記方法は、システム上でこれまでに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を第1の消費者ユーザに表示する工程も含むことができる。

10

【0051】

実施形態(3)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体の表示工程は、第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を1人またはそれ以上の他の消費者ユーザに表示する工程も含むことができ、1人またはそれ以上の他の消費者ユーザは第1の消費者ユーザと関係を有する。

【0052】

実施形態(3)の対話データは、(i) システム上の複数の消費者ユーザのうち1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(ii) 1つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、(iii) システム上の複数の消費者ユーザのうち第1のブランドに対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(iv) 第1のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明しているシステム上の1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(v) システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または(vi) それらの組み合わせを含むことができる。

20

【0053】

実施形態(3)のデータオブジェクト表現のサブセットとの第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話は：サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する会話に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する意見を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現の評価を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現をクリックして追加的な詳細を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクトをクリックして第1のブランドに置かれている情報を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する調査に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関してさらに多くの情報を第1のブランドに要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第三者の小売業者／再販業者から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを直接第1のブランドから購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを個人から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する競売に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを無料、貸し付け、販売、リース、および／もしくはレンタルで提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムの購入を申請すること、

30

40

50

サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された取り扱いが中止された商品アイテムを第1のブランドおよび／もしくはその公認小売業者／再販業者が再開することを要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する製品のアイデア、改良、および／もしくは改善を第1のブランドに提案すること、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

【0054】

実施形態(3)の対話データは、第1のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第1のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、第1のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第1のブランドの派生データオブジェクト表現のシステム消費者によるインプレッション数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせも含むことができる。

【0055】

実施形態(3)に関連して使用される人口統計情報は、性別、人種、年齢、収入、教育、自宅の所有権、居住地、雇用状況、買い物の履歴、個人的な興味関心事、および／もしくは趣味、またはそれらの組み合わせを含む。

【0056】

さらに、実施形態(3)で使用される、システム上の複数のブランドおよび／またはシステム上の複数のブランドのサブセットと比較した第1のブランドの比較対話データは、(i)システム上の複数の消費者ユーザのうち1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(ii)1つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、(iii)システム上の複数の消費者ユーザのうち第1のブランドに対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(iv)第1のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明しているシステム上の1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(v)システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または(vi)それらの組み合わせを含む。さらに、比較対話データは、第1のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第1のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、第1のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第1のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせを含むことができる。実施形態(3)の一例では、比較対話データは定義された時間間隔にわたって収集され、例えば、定義された時間間隔は、第1のブランドおよび／または第1のブランドの競合社がシステムに参加している期間である。

【0057】

実施形態(3)の比較対話データはさらに、複数のブランドと関連した、第1のブランドのブランド順位データを含み、例えば比較対話データはさらに、複数のブランドのうち1つまたはそれ以上の競合ブランドと関連した、第1のブランドのブランド順位データを含む。

【0058】

実施形態(3)の第1のブランド情報は、1つまたはそれ以上のブランド商標、1つまたはそれ以上のブランドロゴ、1つまたはそれ以上の商品アイテムのロゴに関連する情報、ブランドの説明、ブランドに関連付けられた興味カテゴリ、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、ブランドのポートフォリオ中のブランドに関連する情報、関連するブランドの説明、関連するブランドの製品、またはそれらの組み合わせ、を含む一般的なブランド情報を含む。

【0059】

実施形態（3）のブランドの説明情報は、ブランドの画像、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドレビュー、ブランドの評価、またはそれらの組み合わせを含む。例えば、ブランド媒体は、ブランド固有の映像ファイル、ブランド固有の音声ファイル、もしくは印刷媒体を含み；ブランド固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

【0060】

実施形態（3）の第1のブランド情報は、1つまたはそれ以上の商品アイテム商標、商品アイテムの説明情報、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、関連する第1のブランドの製品、またはそれらの組み合わせに関連する情報を含む第1のブランドの商品アイテム情報を含む。例えば、商品アイテムの説明情報は、アイテムの画像、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含む。さらに、商品アイテム媒体は、商品アイテム固有の映像ファイル、商品アイテム固有の音声ファイル、または印刷媒体を含み、；商品アイテム固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

【0061】

実施形態（3）の第1のブランド嗜好情報は、第1のブランド情報に対するシステム追跡嗜好を含み、上記方法はさらに、第1のブランド情報をフィルタリングして、第1のブランド情報に対してシステム追跡嗜好を表明した第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報の第1の補助サブセットを作成する工程と；第1のブランド情報の第1の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程とを含み、1つまたはそれ以上の派生データオブジェクトはシステム内で上記1つまたはそれ以上のデータオブジェクトに関連付けられる。

【0062】

実施形態（3）の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体はさらに、他の消費者ユーザが第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を有することを示す第1の消費者ユーザ嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を表明している他の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報の第2の補助サブセットを作成する工程と；第1のブランド情報の第2の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を他の消費者ユーザに表示する工程とを含む。

【0063】

さらに、実施形態（3）の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体はさらに、第1のブランドユーザが第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を有することを示す第1の消費者ユーザ嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を表明している第1のブランドユーザに提供される第1のブランド情報の第3の補助サブセットを作成する工程と；第1のブランド情報の第3の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を第1のブランドユーザに表示する工程とを含む。実施形態（3）のシステム追跡嗜好は、データオブジェクトおよび／または派生データオブジェクトをフォローする、かつ／またはリストに入れることによって表明することができる。実施形態（3）の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体はさらに、複数のブランドのうち他のブランドが第1の消費者ユーザに対する嗜好を有することを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を上記他のブランドに表示する工程を含むことができる。この例では、嗜好は、データオブジェクトおよび／または派生データオブジェクトをフォローする、リストに入れる、友達になる、および／または

10

20

30

40

50

「いいね」することとして表明される。特定の一例では、嗜好は、データオブジェクトおよび／または派生データオブジェクトをフォローすること、ならびに／またはリストに入れることから選択されるシステム追跡嗜好である。さらに、別の例では、第1の消費者ユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明すると、そのデータオブジェクトに基づく派生データオブジェクトが生成され、派生データオブジェクトはシステム内で、そのデータオブジェクト、第1の消費者ユーザ、および第1の消費者ユーザと関係を有する1人またはそれ以上の他の消費者ユーザに関連付けられる。それに加えて、またはそれに代えて、第1のブランドユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明すると、そのデータオブジェクトに基づく派生データオブジェクトが生成される、派生データオブジェクトはシステム内で、そのデータオブジェクト、第1のブランドユーザ、ならびに第1のブランドユーザと関係を有する1人またはそれ以上の他の消費者ユーザおよび／またはブランドユーザに関連付けられる。例えば、データオブジェクトに変更を加えると、そのデータオブジェクトのすべての派生データオブジェクトの変更が生成され、例えば、変更は、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト要素の編集、データオブジェクトへの追加、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト要素の削除、データオブジェクトに関するコメントの追加、またはそれらの組み合わせを含む。

10

【0064】

実施形態(3)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体のシステムは第1のブランドユーザを含み、上記方法はさらに、第1のブランド情報に対して嗜好を表明している複数の消費者ユーザに関連する対話データを、第1のブランドユーザに表示する工程と；第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットを第1のブランドユーザに表示する工程と；第1のブランドユーザがサブセットの中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明したことを示すサブセット嗜好情報を受け取る工程と；第1の消費者ユーザおよび第1のブランドユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットとの対話を、第1のブランドユーザに表示する工程とを含む。

20

【0065】

実施形態(3)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体は、(a)一般的な第1のブランド情報および／または第1のブランドの商品アイテムに関連し；かつ(b)第1のブランド対話データおよび／または第1のブランド比較対話データに応答した、追加的な第1のブランド情報を受け取る工程も含むことができる。例えば、追加的な第1のブランド情報は、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドレビュー、ブランドの評価、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含む。

30

【0066】

実施形態(3)(a)：実施形態(3)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体によって作成される第1のブランド情報のサブセット。

40

【0067】

実施形態(3)(b)：実施形態(3)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体によって第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセット。

【0068】

実施形態(4)：第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザを有するシステム上で情報を交換する方法であって、この方法は：第1の消費者ユーザがある商品アイテムおよび／またはブランドに対する嗜好を有することを示す情報を受け取る動作；その商品アイテムおよび／またはブランドに関連する複数の消費者ユーザおよび／またはブランドの少なくとも一部によって提供されたアイテムおよび／またはブランド情報を受け取る動作；アイテムおよび／またはブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供

50

されるアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットを作成する動作；ならびに、そのアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する動作を含む。

【0069】

実施形態（4）の方法はさらに：複数のブランドから追加的なブランド情報を受け取る工程と；第1の消費者ユーザが追加的なブランド情報の追加的なサブセットに対する嗜好を表明したことを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報および追加的なブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットを作成する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る工程と；追加的なブランドそれぞれに：（i）1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連し、1つまたはそれ以上の追加的なブランド情報に対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；（ii）システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する対話データ；（iii）システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または（iv）それらの組み合わせ、を表示する工程とを含むことができる。

10

20

【0070】

さらに、実施形態（4）の方法はさらに、システム上でこれまでに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を第1の消費者ユーザに表示する工程を含むことができる。この実施形態の表示工程（d）は、第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を1人またはそれ以上の他の消費者ユーザに表示する工程も含むことができ、1人またはそれ以上の他の消費者ユーザは第1の消費者ユーザと関係を有する。

【0071】

実施形態（4）は、商品アイテムおよび／またはブランドに関連する追加的な情報を受け取る工程と；その追加的なアイテムおよび／またはブランド情報をフィルタリングして、その商品アイテムおよび／またはブランドに関心を持つ消費者ユーザのグループに含まれる消費者ユーザに提供される追加的なアイテムおよび／またはブランド情報の追加的なサブセットを作成する工程と；追加的なアイテムおよび／またはブランド情報の追加的なサブセットに関連する1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程も含むことができる。

30

【0072】

実施形態（4）で、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現は、第1の消費者ユーザと関係を有する消費者ユーザのグループの消費者ユーザからアイテムおよび／またはブランド情報が受け取られる順序に少なくとも部分的に基づく順序で表示することができる。それに代えて、またはそれに加えて、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現は、対応する1つまたはそれ以上の商品アイテムおよび／またはブランドに第1の消費者ユーザが関心を持つことを示す情報が受け取られる順序に少なくとも部分的に基づく順序で表示することもできる。さらに、実施形態（4）では、第1の消費者ユーザに選択された商品アイテムおよび／またはブランドごとに個別のデータオブジェクトが表示される。

40

【0073】

実施形態（4）（a）：実施形態（4）の方法で作成される第1のブランド情報のサブセット。

【0074】

実施形態（4）（b）：実施形態（4）の方法で第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセット。

50

【0075】

実施形態（5）：少なくとも1つのプロセッサを含むシステムであって、プロセッサは：第1の消費者ユーザがある商品アイテムおよび／またはブランドに関心を有することを示す情報を受け取り；その商品アイテムおよび／またはブランドに関連する、複数の消費者ユーザの少なくとも一部から提供されたアイテムおよび／またはブランド情報を受け取り；アイテムおよび／またはブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザから提供されたアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットを作成し；そのアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する、ようにプログラムされる。

【0076】

実施形態（5）のシステムで、プロセッサはさらに、複数のブランドから追加的なブランド情報を受け取り；第1の消費者ユーザが追加的なブランド情報の追加的なサブセットに対する嗜好を表明したことを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取り；第1のブランド情報および追加的なブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットを作成し；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示し；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取り；追加的なブランドそれぞれに：（i）1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連し、1つまたはそれ以上の追加的なブランド情報に対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；（i i）システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する対話データ；（i i i）システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または（i v）それらの組み合わせ、を表示する、ようにプログラムすることができる。プロセッサは、システム上でこれまでに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を第1の消費者ユーザに表示するようにプログラムすることもできる。

【0077】

実施形態（5）のシステムで、プロセッサはさらに、第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を1人またはそれ以上の他の消費者ユーザに表示するようにプログラムすることができ、1人またはそれ以上の他の消費者ユーザは第1の消費者ユーザと関係を有する。

【0078】

実施形態（5）のプロセッサはさらに、商品アイテムおよび／またはブランドに関連する複数の消費者ユーザの少なくとも一部から提供された商品アイテムおよび／またはブランドに関連する追加的な情報を受け取り；その追加的なアイテムおよび／またはブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザと関係を有する消費者ユーザのグループに含まれる消費者ユーザに提供される追加的なアイテムおよび／またはブランド情報の追加的なサブセットを作成し；追加的なアイテムおよび／またはブランド情報の追加的なサブセットに関連する1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する、ようにプログラムすることができる。

【0079】

実施形態（5）の1つまたはそれ以上の派生データオブジェクトは、システム内で上記1つまたはそれ以上のデータオブジェクトに関連付けることができる。

【0080】

実施形態（5）のプロセッサは、第1の消費者ユーザと関係を有する消費者ユーザのグループの消費者ユーザからアイテム情報が受け取られる順序に少なくとも部分的に基づく順序で1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を表示するようにプログラムすることができる。それに加えて、またはそれに代えて、プロセッサは、対応する1つまたはそ

れ以上の商品アイテムに第1の消費者ユーザが関心を持つことを示す情報が受け取られる順序に少なくとも部分的に基づく順序で1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を表示するようにプログラムすることができる。実施形態(5)の特定の例では、プロセッサは、第1の消費者ユーザに選択された商品アイテムごとに個別のデータオブジェクトを表示するようにプログラムされる。

【0081】

実施形態(5)(a)：実施形態(5)のシステムで作成される第1のブランド情報のサブセット。

【0082】

実施形態(5)(b)：実施形態(5)のシステムで第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセット。

10

【0083】

実施形態(6)：少なくとも1つのコンピュータによって実行されると、第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザを有するシステムで使用方法を行う命令が記録された少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体であって、方法は：第1の消費者ユーザがある商品アイテムおよび／またはブランドに対する嗜好を有することを示す情報を受け取る動作；その商品アイテムおよび／またはブランドに関連する複数の消費者ユーザおよび／またはブランドの少なくとも一部によって提供されたアイテムおよび／またはブランド情報を受け取る動作；アイテムおよび／またはブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供されるアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットを作成する動作；ならびに、そのアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する動作を含む。

20

【0084】

実施形態(6)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体によって実行される方法はさらに：複数のブランドから追加的なブランド情報を受け取る工程と；第1の消費者ユーザが追加的なブランド情報の追加的なサブセットに対する嗜好を表明したことを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報および追加的なブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットを作成する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る工程と；追加的なブランドそれぞれに：(i) 1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連し、1つまたはそれ以上の追加的なブランド情報に対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；(ii) システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する対話データ；(iii) システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または(iv) それらの組み合わせ、を表示する工程とを含むことができる。場合により、方法はさらに、システム上でこれまでに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を第1の消費者ユーザに表示する工程を含む。

30

40

【0085】

実施形態(6)の表示工程は、第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を1人またはそれ以上の他の消費者ユーザに表示する工程も含むことができ、1人またはそれ以上の他の消費者ユーザは第1の消費者ユーザと関係を有する。さらに、実施形態(6)はさらに、商品アイテムおよび／またはブランドに関連する複数の消費者ユーザの少なくとも一部から提供された商品アイテムおよび／またはブランドに関連する追加的な情報を受け取る工程と；その追加的なアイテムおよび／

50

またはブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザと関係を有する消費者ユーザのグループに含まれる消費者ユーザに提供される追加的なアイテムおよび／またはブランド情報の追加的なサブセットを作成する工程と；追加的なアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程とを含むことができる。

【0086】

実施形態(6)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体はさらに、第1の消費者ユーザと関係を有するユーザのグループの消費者ユーザからアイテム情報が受け取られる順序に少なくとも部分的に基づく順序で1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を表示する工程；対応する1つまたはそれ以上の商品アイテムに第1の消費者ユーザが関心を持つことを示す情報が受け取られる順序に少なくとも部分的に基づく順序で1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を表示する工程；または、第1の消費者ユーザに選択された商品アイテムごとに個別のデータオブジェクトを表示する工程を含むことができる。

10

【0087】

実施形態(6)(a)：実施形態(6)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体によって作成される第1のブランド情報のサブセット。

【0088】

実施形態(6)(b)：実施形態(6)の少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体によって第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセット。

20

【0089】

実施形態(7)：システム上で第1のブランドと第1の消費者ユーザの間で情報を交換する方法であって、システムは、(a)第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザ、および(b)第1のブランドを含む複数のブランドを含み、システムは、第1の消費者ユーザ、第1のブランド、複数の消費者ユーザ、複数のブランド、商品アイテム、対話データ、比較対話データ、およびそれらの組み合わせに関連する情報を受け取り、フィルタリングし、かつ／または表示するように構成され、；上記方法は：第1のブランド情報に対する嗜好を表明している複数の消費者ユーザに関連する対話データを第1のブランドが見る動作；および、第1のブランドの対話データに応じて追加的な第1のブランド情報を提供する動作を含む。

30

【0090】

実施形態(7)の方法は、システム上の複数のブランドおよび／またはシステム上の複数のブランドのサブセットと比較した、第1のブランドについてのブランド比較対話データを第1のブランドが見る動作；ならびに、(i)一般的な第1のブランド情報および／または第1のブランドの商品アイテムに関連し；かつ(ii)第1のブランド対話データおよび／または第1のブランド比較対話データに応じた、追加的な第1のブランド情報を提供する動作も含むことができる。場合により、見る工程(a)の前に、方法は、一般的な第1のブランド情報および／または第1のブランドの商品アイテムに関連する第1のブランド情報を第1のブランドが提供する工程も含むことができる。

【0091】

実施形態(7)の対話データは、(i)システム上の複数の消費者ユーザのうち1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(ii)1つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、(iii)システム上の複数の消費者ユーザのうち第1のブランドに対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(iv)第1のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明しているシステム上の1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(v)システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または(vi)それらの組み合わせを含むことができる。

40

【0092】

実施形態(7)で、データオブジェクト表現のサブセットとの第1の消費者ユーザによ

50

る1つまたはそれ以上の対話は：サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する会話に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する意見を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現の評価を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現をクリックして追加的な詳細を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクトをクリックして第1のブランドに置かれている情報を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する調査に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関してさらに多くの情報を第1のブランドに要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第三者の小売業者／再販業者から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを直接第1のブランドから購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを個人から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する競売に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを無料、貸し付け、販売、リース、および／もしくはレンタルで提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムの購入を申請すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された取り扱いが中止された商品アイテムを第1のブランドおよび／もしくはその公認小売業者／再販業者が再開することを要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクトに関する製品のアイデア、改良、および／もしくは改善を第1のブランドに提案すること、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

【 0 0 9 3 】

実施形態（７）の対話データは、第１のブランドのデータオブジェクトの消費者によるクリック数、第１のブランドのデータオブジェクトの消費者によるインプレッション数、第１のブランドの派生データオブジェクトの消費者によるクリック数、第１のブランドの派生データオブジェクトのシステム消費者によるインプレッション数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

【 0 0 9 4 】

実施形態（７）で使用される人口統計情報は、性別、人種、年齢、収入、教育、自宅の所有権、居住地、雇用状況、買い物の履歴、個人的な興味関心事および／もしくは趣味、またはそれらの組み合わせを含み；システム上の複数のブランドおよび／またはシステム上の複数のブランドのサブセットと比較した第１のブランドの比較対話データは、（i）システム上の複数の消費者ユーザのうち１人またはそれ以上の消費者ユーザ、（i i）１つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、（i i i）システム上の複数の消費者ユーザのうち第１のブランドに対する嗜好を表明している１人またはそれ以上の消費者ユーザ、（i v）第１のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明しているシステム上の１人またはそれ以上の消費者ユーザ、（v）システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または（v i）それらの組み合わせを含み；比較対話データは、第１のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第１のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、第１のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第１のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるインプ

レッスン数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせを含む。比較対話データは、定義された時間間隔にわたって収集することができ、例えば、定義された時間間隔は、第1のブランドおよび／または第1のブランドの競合社がシステムに参加している期間である。

【0095】

実施形態(7)の比較対話データは、複数のブランドと関連した、第1のブランドのブランド順位データも含むことができ、例えば比較対話データはさらに、複数のブランドのうち1つまたはそれ以上の競合ブランドと関連した、第1のブランドのブランド順位データを含む。

10

【0096】

実施形態(7)の第1のブランド情報は、1つまたはそれ以上のブランド商標、1つまたはそれ以上のブランドロゴ、1つまたはそれ以上の商品アイテムのロゴに関連する情報、ブランドの説明、ブランドに関連付けられた興味カテゴリ、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、ブランドのポートフォリオ中のブランドに関連する情報、関連するブランドの説明、関連するブランドの製品、またはそれらの組み合わせ、を含む一般的なブランド情報を含む。特定の例では、ブランドの説明情報は、ブランドの画像、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドレビュー、ブランドの評価、またはそれらの組み合わせを含み；ブランド媒体は、ブランド固有の映像ファイル、ブランド固有の音声ファイル、もしくは印刷媒体を含み；かつ／または、ブランド固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

20

【0097】

実施形態(7)の第1のブランド情報は、1つまたはそれ以上の商品アイテム商標、商品アイテムの説明情報、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、関連する第1のブランドの製品、またはそれらの組み合わせに関連する情報を含む第1のブランドの商品アイテム情報を含むことができる。商品アイテムの説明情報は、アイテムの画像、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、もしくはそれらの組み合わせを含み；商品アイテム媒体は、商品アイテム固有の映像ファイル、商品アイテム固有の音声ファイル、もしくは印刷媒体を含み、；かつ／または、商品アイテム固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、もしくはそれらの組み合わせを含む。

30

【0098】

実施形態(7)の嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローする、友達になる、ならびに／または「いいね」することとして表明することができる。例えば、嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローすること、ならびに／またはリストに入れることから選択されるシステム追跡嗜好である。第1の消費者ユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明すると、そのデータオブジェクトに基づく派生データオブジェクトが生成され、派生データオブジェクトはシステム内で、そのデータオブジェクト、第1の消費者ユーザ、および第1の消費者ユーザと関係を有する1人またはそれ以上の他の消費者ユーザに関連付けられる。それに代えて、またはそれに加えて、第1のブランドユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明すると、そのデータオブジェクトに基づく派生データオブジェクトが生成され、派生データオブジェクトはシステム内で、そのデータオブジェクト、第1のブランドユーザ、ならびに第1のブランド

40

50

ユーザと関係を有する1人またはそれ以上の他の消費者ユーザおよび／またはブランドユーザに関連付けられる。

【0099】

実施形態(7)の方法は、データオブジェクトの変更を含むことができ、データオブジェクトに変更を加えると、そのデータオブジェクトのすべての派生データオブジェクトの変更が生成される。例えば、変更は、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト要素の編集、データオブジェクトへの追加、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト要素の削除、データオブジェクトに関するコメントの追加、またはそれらの組み合わせを含む。

【0100】

実施形態(7)の追加的な第1のブランド情報は、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドのレビュー、ブランドの評価、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

【0101】

実施形態(8)：システム上で第1のブランドと第1の消費者ユーザの間で情報を交換する方法であって、システムは、(a)第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザ、および(b)第1のブランドを含む複数のブランド、を含み、システムは、第1の消費者ユーザ、第1のブランド、複数の消費者ユーザ、複数のブランド、商品アイテム、対話データ、比較対話データ、およびそれらの組み合わせに関連する情報を受け取り、フィルタリングし、かつ／または表示するように構成され、；上記方法は：第1のブランド情報を第1の消費者ユーザが見る動作；第1のブランド情報に対する嗜好を表明する動作；ならびに、システムによって第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報のサブセットを第1の消費者ユーザが見る動作を含む。

【0102】

実施形態(8)の第1のブランド情報は、1つまたはそれ以上のブランド商標、1つまたはそれ以上のブランドロゴ、1つまたはそれ以上の商品アイテムのロゴに関連する情報、ブランドの説明、ブランドに関連付けられた興味カテゴリ、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、ブランドのポートフォリオ中のブランドに関連する情報、関連するブランドの説明、関連するブランドの製品、またはそれらの組み合わせ、を含む一般的なブランド情報を含むことができる。例えば、ブランドの説明情報は、ブランド画像、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドのレビュー、ブランドの評価、またはそれらの組み合わせを含み、；ブランド媒体は、ブランド固有の映像ファイル、ブランド固有の音声ファイル、または印刷媒体を含み；ブランド固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

【0103】

実施形態(8)の特定の例では、第1のブランド情報は、1つまたはそれ以上の商品アイテム商標、商品アイテムの説明情報、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、関連する第1のブランドの製品、またはそれらの組み合わせに関連する情報を含む第1のブランドの商品アイテム情報を含む。例えば、商品アイテムの説明情報は、アイテムの画像、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含み；商品アイテム媒体は、商品アイテム固有の映像ファイル、商品アイテム固有の音声ファイル、または印刷媒体を含み；かつ／または商品アイテム固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み

合わせを含む。特定の例では、嗜好は、データオブジェクトおよび／または派生データオブジェクトをフォローする、友達になる、リストに入れる、および／または「いいね」することとして表明され、例えば、データオブジェクトおよび／または派生データオブジェクトをフォローすること、ならびに／またはリストに入れることから選択されるシステム追跡嗜好である。

【0104】

実施形態（9）：システム上で第1の消費者ユーザと1人またはそれ以上の他の消費者ユーザの間で情報を交換する方法であって、システムは、（a）第1の消費者ユーザおよび1人またはそれ以上の他の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザであって、第1の消費者ユーザと1人またはそれ以上の他の消費者ユーザはシステム内でつながっている、複数の消費者ユーザ、および（b）第1のブランドを含む複数のブランド、を含み、システムは、第1の消費者ユーザ、第1のブランド、複数の消費者ユーザ、複数のブランド、商品アイテム、対話データ、比較対話データ、およびそれらの組み合わせに関連する情報を受け取り、フィルタリングし、かつ／または表示するように構成され、；上記方法は：第1の消費者ユーザおよび1人またはそれ以上の他の消費者ユーザにシステムによって提供される第1のブランド情報のサブセットを第1の消費者ユーザが見る動作；ならびに、第1のブランド情報のサブセットとの対話を第1の消費者ユーザが見る動作を含み、対話は、：（i）第1の消費者ユーザおよび／もしくは1人またはそれ以上の他の消費者ユーザによって表明される、第1のブランド情報のサブセット中の1つまたはそれ以上の要素に対する嗜好；（i i）第1の消費者ユーザおよび／もしくは1人またはそれ以上の他の消費者ユーザから提供されるコメントであって、コメントは第1のブランド情報のサブセット中の1つまたはそれ以上の要素に関連し、第1の消費者ユーザおよび／もしくは1人またはそれ以上の他の消費者ユーザから提供されるコメント；または（i i i）それらの組み合わせ、を含む。

【0105】

実施形態（9）で、サブセットとの対話は：サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する会話に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する意見を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現の評価を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現をクリックして追加的な詳細を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクトをクリックして第1のブランドに置かれている情報を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する調査に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関してさらに多くの情報を第1のブランドに要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第三者の小売業者／再販業者から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを直接第1のブランドから購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを個人から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する競売に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを無料、貸し付け、販売、リース、および／もしくはレンタルで提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムの購入を申請すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された取り扱いが中止された商品アイテムを第1のブランドおよび／もしくはその公認小売業者／再販業者が再開することを要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクトに関する製品のアイデア、改良、および／もしくは改善を第1のブランド

に提案すること、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

【0106】

実施形態（9）の第1のブランド情報は、1つまたはそれ以上のブランド商標、1つまたはそれ以上のブランドロゴ、1つまたはそれ以上の商品アイテムのロゴに関連する情報、ブランドの説明、ブランドに関連付けられた興味カテゴリ、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、ブランドのポートフォリオ中のブランドに関連する情報、関連するブランドの説明、関連するブランドの製品、またはそれらの組み合わせ、を含む一般的なブランド情報を含み；ブランドの説明情報は、ブランド画像、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドのレビュー、ブランドの評価、またはそれらの組み合わせを含み、；ブランド媒体は、ブランド固有の映像ファイル、ブランド固有の音声ファイル、または印刷媒体を含み；ブランド固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

10

【0107】

実施形態（9）の第1のブランド情報は、1つまたはそれ以上の商品アイテム商標、商品アイテムの説明情報、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、関連する第1のブランドの製品、またはそれらの組み合わせに関連する情報を含む第1のブランドの商品アイテム情報を含み；商品アイテムの説明情報は、アイテムの画像、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含み、；商品アイテム媒体は、商品アイテム固有の映像ファイル、商品アイテム固有の音声ファイル、または印刷媒体を含み；かつ／または、商品アイテム固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

20

【0108】

実施形態（10）：システム上でブランド情報を交換する方法であって、システムは、第1の消費者ユーザおよび1人またはそれ以上の他の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザと、（i i）第1のブランドを含む複数のブランドと、を有し、方法は：第1のブランド情報を受け取る動作；第1の消費者ユーザが第1のブランド情報に対する嗜好を表明したことを示す第1のブランド嗜好情報を受け取る動作；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報のサブセットを作成する動作であって、サブセットは、これまでシステム上で第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を含む、動作；第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する動作；第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る動作；第1のブランドに：第1のブランドに関連し、1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、第1のブランドに関連する対話データ；システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、第1のブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；またはそれらの組み合わせ、を表示する動作、を含む。

30

40

【0109】

実施形態（10）の方法はさらに：複数のブランドから追加的なブランド情報を受け取る工程と；第1の消費者ユーザが追加的なブランド情報の追加的なサブセットに対する嗜好を表明したことを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報および追加的なブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットを作成する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程と；追加的なブランド情報

50

の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る工程と；追加的なブランドそれぞれに：（i）1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連し、1つまたはそれ以上の追加的なブランド情報に対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；（i i）システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する対話データ；（i i i）システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または（i v）それらの組み合わせ、を表示する工程、を含むことができる。

【0110】

実施形態（10）の方法はさらに、システム上でこれまでに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を第1の消費者ユーザに表示する工程を含むことができる。また、実施形態（10）の表示工程は、第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を1人またはそれ以上の他の消費者ユーザに表示する工程も含むことができ、1人またはそれ以上の他の消費者ユーザは第1の消費者ユーザと関係を有する。

【0111】

実施形態（10）の対話データは、（i）システム上の複数の消費者ユーザのうち1人またはそれ以上の消費者ユーザ、（i i）1つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、（i i i）システム上の複数の消費者ユーザのうち第1のブランドに対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザ、（i v）第1のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明しているシステム上の1人またはそれ以上の消費者ユーザ、（v）システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または（v i）それらの組み合わせを含むことができる。

【0112】

実施形態（10）で、データオブジェクト表現のサブセットとの第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話は：サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現についてコメントすること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する会話に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する意見を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現の評価を提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現をクリックして追加的な詳細を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクトをクリックして第1のブランドに置かれている情報を見ること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する調査に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関してさらに多くの情報を第1のブランドに要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第三者の小売業者／再販業者から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを直接第1のブランドから購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを個人から購入すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する競売に参加すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを無料、貸し付け、販売、リース、および／もしくはレンタルで提供すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムの購入を申請すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された取り扱いが中止された商品アイテムを第1のブランドおよび／もしくはその公認小売業者／再販業

10

20

30

40

50

者が再開することを要求すること、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関する製品のアイデア、改良、および／もしくは改善を第1のブランドに提案すること、またはそれらの組み合わせを含むことができる。特定の一例では、対話データは、第1のブランドのデータオブジェクトの消費者によるクリック数、第1のブランドのデータオブジェクトの消費者によるインプレッション数、第1のブランドの派生データオブジェクトの消費者によるクリック数、第1のブランドの派生データオブジェクトのシステム消費者によるインプレッション数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせを含む。

10

【0113】

実施形態(10)で使用される人口統計情報は、性別、人種、年齢、収入、教育、自宅の所有権、居住地、雇用状況、買い物の履歴、個人的な興味関心事および／もしくは趣味、またはそれらの組み合わせを含む。

【0114】

実施形態(10)の比較対話データは、(i)システム上の複数の消費者ユーザのうち1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(ii)1つまたはそれ以上の興味カテゴリに対する嗜好を表明している消費者ユーザ、(iii)システム上の複数の消費者ユーザのうち第1のブランドに対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(iv)第1のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明しているシステム上の1人またはそれ以上の消費者ユーザ、(v)システム上のすべての消費者ユーザ、の数および／もしくはそれらのユーザに関連する人口統計情報、または(vi)それらの組み合わせを含むことができる。例えば、比較対話データは、第1のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第1のブランドのデータオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、第1のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるクリック数、第1のブランドの派生データオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、システム消費者による合計クリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者のクリック数、システム消費者による合計インプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者のインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、またはそれらの組み合わせを含む。一例では、比較対話データは定義された時間間隔にわたって収集され、例えば、定義された時間間隔は、第1のブランドおよび／または第1のブランドの競合社がシステムに参加している期間である。追加的な例で、比較対話データはさらに、複数のブランドと関連した、第1のブランドのブランド順位データを含み、例えば比較対話データはさらに、複数のブランドのうち1つまたはそれ以上の競合ブランドと関連した、第1のブランドのブランド順位データを含む。

20

30

【0115】

実施形態(10)の第1のブランド情報は、1つまたはそれ以上のブランド商標、1つまたはそれ以上のブランドロゴ、1つまたはそれ以上の商品アイテムのロゴに関連する情報、ブランドの説明、ブランドに関連付けられた興味カテゴリ、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、ブランドのポートフォリオ中のブランドに関連する情報、関連するブランドの説明、関連するブランドの製品、またはそれらの組み合わせ、を含む一般的なブランド情報を含むことができる。ブランドの説明情報は、ブランドの画像、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドのレビュー、ブランドの評価、またはそれらの組み合わせを含むことができ；ブランド媒体は、ブランド固有の映像ファイル、ブランド固有の音声ファイル、または印刷媒体を含み；かつ／または、ブランド固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。さらに、第1のブランド情報は、1つま

40

50

たはそれ以上の商品アイテム商標、商品アイテムの説明情報、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、関連する第1のブランドの製品、またはそれらの組み合わせ、に関連する情報を含む第1のブランドの商品アイテム情報を含むことができる。例えば、商品アイテムの説明情報は、アイテムの画像、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含み；商品アイテム媒体は、商品アイテム固有の映像ファイル、商品アイテム固有の音声ファイル、または印刷媒体を含み；商品アイテム固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

10

【0116】

実施形態(10)の第1のブランド嗜好情報は、第1のブランド情報についてのシステム追跡嗜好を含むことができ、上記方法はさらに、第1のブランド情報をフィルタリングして、第1のブランド情報に対してシステム追跡嗜好を表明した第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報の第1の補助サブセットを作成する工程と；第1のブランド情報の第1の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程とを含み、1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現はシステム内で上記1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関連付けられる。

【0117】

実施形態(10)の方法はさらに、他の消費者ユーザが第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を有することを示す第1の消費者ユーザ嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を表明している他の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報の第2の補助サブセットを作成する工程と；第1のブランド情報の第2の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を他の消費者ユーザに表示する工程とを含むことができる。実施形態(10)の方法は、第1のブランドユーザが第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を有することを示す第1の消費者ユーザ嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を表明している第1のブランドユーザに提供される第1のブランド情報の第3の補助サブセットを作成する工程と；第1のブランド情報の第3の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を第1のブランドユーザに表示する工程も含むことができる。実施形態(10)のシステム追跡嗜好は、データオブジェクトおよび／または派生データオブジェクトをフォローする、かつ／またはリストに入れることによって表明することができる。

20

30

【0118】

実施形態(10)の方法は、複数のブランドのうち他のブランドが第1の消費者ユーザに対する嗜好を有することを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を上記他のブランドに表示する工程とを含むことができる。

40

【0119】

実施形態(10)の嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローする、リストに入れる、友達になる、および／または「いいね」することとして表明することができる。例えば、嗜好は、データオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をフォローすること、ならびに／またはリストに入れることから選択されるシステム追跡嗜好である。第1の消費者ユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明すると、そのデータオブジェクトに基づく派生データオブジェクトを生成することができ、派生データオブジェクトはシステム内でそのデータオブジェクトおよび第1の消費者ユーザに関連付けられる。それに加えて、また

50

はそれに代えて、第1のブランドユーザがあるデータオブジェクト表現に対してシステム追跡嗜好を表明すると、そのデータオブジェクトに基づく派生データオブジェクトが生成されることができ、派生データオブジェクトはシステム内でそのデータオブジェクトおよび第1のブランドユーザに関連付けられる。

【0120】

実施形態(10)の方法は、データオブジェクトの変更を含むことができ、データオブジェクトに変更を加えると、そのデータオブジェクトのすべての派生データオブジェクトの変更が生成される。例えば、変更は、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト要素の編集、データオブジェクトへの追加、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト要素の削除、データオブジェクトに関するコメントの追加、またはそれらの組み合わせを含む。

10

【0121】

実施形態(10)のシステムは、第1のブランドユーザを含むことができ、上記方法はさらに、第1のブランド情報に対して嗜好を表明している複数の消費者ユーザに関連する対話データを、第1のブランドユーザに表示する工程と；第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットを第1のブランドユーザに表示する工程と；第1のブランドユーザがサブセットの中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明したことを示すサブセット嗜好情報を受け取る工程と；第1の消費者ユーザおよび第1のブランドユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセットとの対話を、第1のブランドユーザに表示する工程とを含む。

【0122】

実施形態(10)の方法は、第1のブランド対話データおよび／または第1のブランド比較対話データに応答して追加的な第1のブランド情報を受け取る工程も含むことができる。例えば、追加的な第1のブランド情報は、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドのレビュー、ブランドの評価、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含む。

20

【0123】

実施形態(10)(a)：実施形態(10)の方法で作成される第1のブランド情報のサブセット。

30

【0124】

実施形態(10)(b)：実施形態(10)の方法で第1の消費者ユーザに表示されるデータオブジェクト表現のサブセット。

【0125】

実施形態(10)(c)：実施形態(10)の方法を実施するようにプログラムされたプロセッサを含むシステム。

【0126】

実施形態(10)(d)：少なくとも1つのコンピュータによって実行されると実施形態(10)のいずれか1つの方法を行う命令が記録された少なくとも1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体。

40

【0127】

実施形態(11)：上記実施形態のいずれか1つまたはシステムおよび／もしくはコンピュータ読取り可能媒体の方法、またはそれらに用いられる方法であって、サブセットは、これまでに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を識別する。

【0128】

実施形態(12)：上記実施形態のいずれか1つのシステムであって、前記サブセットは、これまでに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を識別する。

【0129】

実施形態(13)：上記実施形態のいずれか1つの少なくとも1つのコンピュータ読取

50

り可能媒体であって、前記サブセットは、これまでに第1の消費者ユーザに表示されていない第1のブランド情報を識別する。

【0130】

添付図面は本発明の範囲を限定するものではなく、本発明を説明するために提供される。

【図面の簡単な説明】

【0131】

【図1a】システムの概略図であり、システムは、プロセッサ、フィルタおよび分析プログラム、総合ブランドデータテーブル、ならびに総合消費者データテーブルを含み、総合ブランドデータテーブルは個別ブランドデータテーブルから情報を引き出し、同様に総合消費者データテーブルは個別消費者データテーブルを引き出す、図である。

10

【図1b】システム内の1つまたはそれ以上のシステム構成要素から別のシステム構成要素へのデータの流れを概略的に示す図である。

【図1c】システム内の1つまたはそれ以上のシステム構成要素から別のシステム構成要素へのデータの流れを概略的に示す図である。

【図1d】システム内の1つまたはそれ以上のシステム構成要素から別のシステム構成要素へのデータの流れを概略的に示す図である。

【図1e】システム内の1つまたはそれ以上のシステム構成要素から別のシステム構成要素へのデータの流れを概略的に示す図である。

【図1f】システム内の1つまたはそれ以上のシステム構成要素から別のシステム構成要素へのデータの流れを概略的に示す図である。

20

【図1g】ユーザA、データオブジェクトX、派生データオブジェクトX'、ならびにユーザAのフォロワーであるユーザB、C、およびD間の関連付けを概略的に示す図である。

【図1h】データオブジェクト、およびデータオブジェクトデータベースに記憶されるデータの種類、およびシステムで生成されるデータオブジェクト表現を示す図である。

【図2】システム上で消費者ユーザがプロフィールをどのように作成することができるかを説明する図である。

【図3a】システム上で使用することができる消費者ユーザのプロフィール作成画面の一例の図である。

30

【図3b】システム上でプロフィールを作成するために使用することができるブランドの選択取り消し画面の一実施形態を示す図である。

【図3c】システム上でプロフィールを設定する時に消費者ユーザによって作成できる1つまたはそれ以上のリストを示す図である。

【図3d】システム上のプロフィール作成プロセスを概略的に説明する図である。

【図3e】システム上のプロフィール作成プロセスを概略的に説明する図である。

【図4a】システム上の消費者ユーザのランディングページ（landing page）のいくつかの実施形態を示す図である。

【図4b】システム上の消費者ユーザのランディングページ（landing page）のいくつかの実施形態を示す図である。

40

【図4c】システム上の消費者ユーザのランディングページ（landing page）のいくつかの実施形態を示す図である。

【図4d】システム上の消費者ユーザのランディングページ（landing page）のいくつかの実施形態を示す図である。

【図4e】システム上の消費者ユーザのランディングページ（landing page）のいくつかの実施形態を示す図である。

【図4f】システム上の消費者ユーザのランディングページ（landing page）のいくつかの実施形態を示す図である。

【図5a】システム上でブランドがプロフィールをどのように作成することができるかの一実施形態を示す図である。

50

【図 5 b】システム上でブランドがプロフィールをどのように作成することができるのかの一実施形態を示す図である。

【図 5 c】システム上でブランドがプロフィールをどのように作成することができるのかの一実施形態を示す図である。

【図 6 a】ブランドのプロフィールを作成するために使用されるプロセスを概略的に説明する図である。

【図 6 b】ブランドのプロフィールを作成するために使用されるプロセスを概略的に説明する図である。

【図 6 c】ブランドのプロフィールを作成するために使用されるプロセスを概略的に説明する図である。

【図 6 d】ブランドのプロフィールを作成するために使用されるプロセスを概略的に説明する図である。

【図 6 e】ブランドのプロフィールを作成するために使用されるプロセスを概略的に説明する図である。

【図 6 f】ブランドのプロフィールを作成するために使用されるプロセスを概略的に説明する図である。

【図 7 a】システム上のブランドのランディングページのいくつかの実施形態を示す図である。

【図 7 b】システム上のブランドのランディングページのいくつかの実施形態を示す図である。

【図 8】システムおよびその下位構成要素の図式表現である。

【図 9】システムおよびその下位構成要素の図式表現である。

【図 10】(a) ~ (b) は、コンピュータ画面におけるデータオブジェクト表現のセットの表示を示す図である。

【図 11】(a) ~ (c) は、テレビ画面におけるデータオブジェクト表現のセットの表示を示す図である。

【図 12 a】テレビ画面におけるデータオブジェクト表現のセットの表示を示す図である。

【図 12 b】テレビ画面におけるデータオブジェクト表現のセットの表示を示す図である。

【図 12 c】テレビ画面におけるデータオブジェクト表現のセットの表示を示す図である。

【図 12 d】テレビ画面におけるデータオブジェクト表現のセットの表示を示す図である。

【発明を実施するための形態】

【0132】

本発明の態様を実施する特定実施形態の説明を以下で述べる。それらの例は制限的なものと解釈すべきでなく、本発明の特定の態様を説明することを目的とするものである。詳細な説明を読む際に、特定の単語または用語は、別の意味が明らかでない限り、定義された意味を持つことを理解すると有用であろう。

【0133】

本発明は、ユーザが関心を持っている提供者やアイテムを自力で調査する必要なしに、好きな提供者からのアイテムや刷新、特に新しいアイテムや進展について常に最新の情報を得る手段をユーザに提供するオンラインコミュニティを提供する。このシステムで、ユーザは、関心のある提供者との間に個人的な関係を形成し、例えばオンラインのソーシャルネットワークシステムを介してフォロワーと、またシステムの他のユーザと体験を共有することができる。このシステムは、ユーザに固有のオンライン体験を提供する提供者の忠誠心と、提供者が自社の製品および／またはサービスに関心を持つユーザに関する情報を集めるための新規のツールに着目する。このシステムは、「プッシュ方式」を使用してユーザにそのユーザが関心を示した提供者およびアイテムの情報を提示し、同時に、

10

20

30

40

50

提供者が自社の製品および／またはサービスに関心を持つユーザと対話する有益な機会を提供する。

【0134】

このシステムは、多数の提供者から提示されるアイテムを集約し、カスタマイズ可能なユーザグラフィカルユーザインターフェース（「GUI」）でそのアイテムをユーザに提示する。システムのユーザはアイテムの検索を行わずに済む（ただし、システムは例えばキーワード検索および／またはブル検索機能を備える）。代わりに、ユーザのアイテムおよび／または提供者の嗜好に基づいて、新しいアイテムまたは既存のアイテムが周期的にユーザにプッシュされ、ユーザの方から要求することはしない。ユーザが好きな提供者をフォローできるようにすることに加えて、このシステムでは、ユーザが、関心を持つ可能性のある新しい提供者やアイテムを発見することもできる。

10

【0135】

また、ユーザは連絡先（contact）のネットワークを設定する（またはシステム上の自分のユーザページを、これらに限定されないが、Facebook、Twitter、MySpace、Friendster、YouTube（登録商標）、LinkedIn等を含むいくつかのソーシャルネットワーキングサイトのいずれかにインポートまたはリンクする）ことができ、それらの連絡先と自分の好きな提供者、興味関心事、アイテム、販売促進等を共有することができ、かつ／またはそれらの連絡先とアイテム、提供者、検討中の購入等について対話することができる。ユーザがアイテムまたは提供者をフォローすることや、アイテムや提供者を「いいね」すること等によってある提供者やアイテムに関心があることを表明すると、システム上でそのユーザの連絡先が行う活動を、ユーザインターフェースまたは1つまたはそれ以上のソーシャルネットワーキングサイトを介してユーザに通知することができる。一実施形態では、ユーザは、アイテムまたは提供者を表すデータオブジェクトのリストを作成することができ、リストされるアイテムまたは提供者は、ユーザによって定義されたテーマや活動等に関連する。

20

【0136】

さらに、このシステムは、提供者が既存のユーザおよび潜在的なユーザと交流する機構を提供する。提供者同士は、例えばその提供者またはその提供者が提供するアイテムをフォローすることによって所与の提供者への関心を示したユーザに関連する情報を共有することができる。アイテムの発売前の告知、特別な販売促進、提供者／アイテムに関する調査に参加させる動機付け、およびフォーカスグループ等をそのような的を絞ったユーザのグループにプッシュできる能力は、提供者にとって極めて有用である。

30

【0137】

定義

本明細書で使用される「コンピュータ」または「コンピュータシステム」は、処理要素の数および場所に関係なく、1つまたはそれ以上のコンピューティング機器を意味するものとする。限定ではなく、例として、用語「コンピュータ」または「コンピュータシステム」は、パーソナルコンピュータ、デスクトップコンピュータ、タブレットコンピュータ、コンピュータネットワーク、携帯情報端末（PDA）、携帯電話（スマートフォン、PDA電話機、またはデジタル携帯電話を問わない）、ウェブTV、携帯型電子メール機器、ゲーム機、メディアプレーヤ、家庭シアターコンピュータシステム、全地球測位システム（GPS）等を含む。また、コンピュータシステムは、同じ場所または異なる場所にある異なるコンピュータを使用している2人以上の消費者ユーザへのアクセスを提供することができ、それらのコンピュータは、サーバおよび／または互いと直接接触しているか、またはネットワーク（例えば世界規模のインターネットおよびそのワールドワイドウェブ）を介して間接的に接触している。

40

【0138】

本明細書で使用される「ユーザ」は、本明細書に記載されるシステム内でリスト化されたアイテム、提供者、ブランド、イベント、またはサービスに対する嗜好を持つ個人である。特定の実施形態では、ユーザは、システム内でリスト化された商品アイテム、提供者

50

、ブランド、イベント、またはサービスに対する嗜好を持ち、この文脈ではユーザを「消費者」または「消費者ユーザ」と呼ぶことができる。用語「消費者」と「消費者ユーザ」は本明細書では同義で使用される。「提供者」は、このシステム上で、アイテム、イベント、および／またはサービスを提供する個人、組織、またはエンティティである。特定の実施形態では、提供者は、ブランド、例えば1種またはそれ以上の製品、または複数カテゴリの製品の提供者である。「消費者ユーザ」は「ブランドユーザ」から区別することができ、「ブランドユーザ」は、例えば、提供者データテーブルの提供者情報にアクセスする、かつ／またはその情報を変更する権限を提供者から与えられた個人または個人のグループである。消費者ユーザが私的な個人であるのに対して、ブランドユーザは、ボランティア、被雇用者、または提供者の代理として働く契約者、例えば企業、業者、小売業者、再販業者、イベント計画者、サービス提供者等である。

10

【0139】

本明細書で使用される「データベース」は、事前に定義された意味を持つ情報を記憶、検索、および操作するために使用される、1つまたはそれ以上の編成データ構造を意味する。限定ではなく、データベースは、フラットファイル構造、リレーショナル構造、または任意の他の形態の情報記憶とすることができる。データベースは1つまたはそれ以上のデータテーブルを含むことができ、1つまたはそれ以上のデータテーブルは、提供者、ブランド、ユーザに関連するデータ、および他の一般的なシステムデータを含む。データテーブルはさらに分割して、特定の提供者、ブランド、消費者ユーザ等を一意に識別することができる。

20

【0140】

本明細書で使用される「データオブジェクト」は、アイテム、提供者、リスト、個人、カテゴリ、興味関心事等に関連するデータを含むデータベースを意味し、データは、本システムでは、当該アイテム、提供者、リスト、個人、カテゴリ、興味関心事等の選択可能な共通の視覚的表現に表示される。データオブジェクトは、消費者ユーザおよび／または提供者によって作成され、システムによって消費者ユーザGUIおよび／または提供者GUIに表示することができる。一実施形態では、システム上で各データオブジェクトと関連付けられたデータは、その供給元に関係なく、本明細書で「データオブジェクト表現」と呼ばれる共通の視覚的表現でシステムによって表示され、データオブジェクト表現は次の要素の1つまたはそれ以上：標準化されたレイアウトまたはカスタマイズされたレイアウト、色体系、書体、ならびにデータオブジェクト表現の要素の編成、例えば見出し、説明、画像／媒体、および任意選択のコメントフィールドを含む。例えば、データオブジェクト表現は、タイル、ボード、アイコン等を含むことができ、特定の実施形態では、データオブジェクト表現は、見出し、アイテムの画像および／または提供者のロゴもしくは商標、場合により価格、ならびにコメントフィールドを含む標準化されたレイアウトを含み、その特定の実施形態では、システム上の各データオブジェクト表現は同じ標準レイアウトを備える。各データオブジェクト表現は、データオブジェクト表現をシステムのユーザが選択して、当該アイテム、提供者、ブランド、リスト、個人、カテゴリ、興味関心事等に関連する追加的なフィールド／情報を含む、アイテム、提供者、ブランド、リスト、個人、カテゴリ、興味関心事等のより詳細な視覚的表現を見ることができるという意味で選択が可能である。この点で、データオブジェクト表現は、ユーザが、そのデータオブジェクト表現で表されるアイテム、提供者、ブランド、リスト、個人、カテゴリ、興味関心事等に関連するデータオブジェクト（すなわちデータベース）で入手可能なデータにアクセスするための入口となる。本明細書で使用される場合、ユーザは、データオブジェクト表現を見る、かつ／またはデータオブジェクト表現と対話する。

30

40

【0141】

特定の実施形態では、アイテムまたは提供者に関連する各データオブジェクト表現はコメントフィールドを含み、このコメントフィールドは、消費者ユーザ、システム上のその消費者ユーザの1人またはそれ以上のフォロワー、ならびにそのアイテムまたは提供者と提携した提供者から提供された、そのアイテムまたは提供者についてのコメントを含む。

50

したがって、消費者ユーザの G U I または提供者の G U I に表示される各データオブジェクト表現は、当該ユーザのプロフィール設定および嗜好に基づいてその消費者ユーザまたはブランドユーザに合わせてシステムによってカスタマイズされ、その消費者ユーザ、ブランドユーザ、その消費者ユーザおよび／もしくはブランドユーザのフォロワー、ならびに／またはその消費者ユーザおよび／もしくはブランドユーザにフォローされているユーザから提供されたコメントを含む。このシステムは、消費者ユーザの嗜好に関連するデータオブジェクト表現を優先的に表示するように構成される。例えば、ある消費者ユーザがシステム上でフォローしているアイテム、提供者、または個人に関連するデータオブジェクト表現が、消費者ユーザの G U I に表示される（消費者ユーザにフォローされていないアイテム、提供者、または個人に関連する他のデータオブジェクト表現もシステム上で消費者ユーザが見ることができるが、消費者ユーザの G U I は、消費者ユーザが嗜好を表明したデータオブジェクト表現を自動的に表示するように構成される）。システム上の関連しない消費者ユーザが、第 1 の消費者ユーザが嗜好を有するデータオブジェクトに変更を加えることができるが、第 1 の消費者ユーザはその関連しない消費者をフォローしていないため、その変更を加えたデータオブジェクトは第 1 の消費者ユーザの G U I には表示されない。

10

【0142】

グラフィカルユーザインターフェース（「G U I」）は、ユーザが画像および／またはテキストのコマンドを使用して電子機器と対話できる種類のユーザインターフェースである。G U I で、ユーザは、図像的なアイコン、データオブジェクト表現、視覚的なインジケータ、および／またはテキストを利用するインターフェースを操作することができる。G U I 中の図像的な要素または文字の要素を直接操作することによって動作が行われる。本明細書に記載される特定の実施形態またはその構成要素はデスクトップインターフェースを参照して説明するが、そのような説明は単に説明を目的とするものである。本発明の主旨または範囲から逸脱することなく、本システムとその構成要素に各種の調整を加えることが可能であることは当業者には理解されよう。例えば、G U I およびその構成要素は、1 つの画面に表示できるデータ量に応じて任意の形式で使用するために調整することができ、例えば、デスクトップ環境の G U I は、スマートフォンの G U I と比べて 1 画面により多くのデータを表示することができる。G U I の外観は形式のサイズの制約（例えばデスクトップ対スマートフォン）のために調整される場合があるが、システムの機能は変化せず、個々のコンピュータ形式に応じて G U I を適宜調整することは当業者の技量の範囲内にある。同様に、G U I の要素は、本発明の主旨または範囲から逸脱することなく、どのように編成または表示してもよい。例えば、システム機能を変えることなく、G U I の個々の要素またはフィールドの配置を調整することができ、例えば、検索フィールド、データテーブル、データオブジェクト表現、アイテムまたは提供者情報、消費者プロフィールおよび／または提供者プロフィールの要素等の相対的な位置を調整することができる。また、本明細書では 1 つまたはそれ以上の G U I レイアウトを参照してシステムを図示し、説明するが、そのような実施形態は単に説明を目的とするものであり、本発明の範囲の制限とは解釈すべきでない。

20

30

【0143】

本明細書で使用される「アイテム」は、製品、サービス、イベント等である。アイテムは、一般大衆に習慣的に使用される種類の用品やサービスなどの商品アイテムである場合があり、これらに限定されないが、アイテムまたはサービスの構成要素およびその任意の組み合わせ、ならびに管理および支援、助言、または訓練を提供する専門的な支援サービスを含む。

40

【0144】

提供者またはユーザは、アイテムまたは提供者に関する「提供者情報」を提供することができる。特定の実施形態では、提供者がブランドである場合、ブランドまたはユーザが、アイテムまたはブランドに関する「ブランド情報」を提供することができる。提供者情報は、提供者についての一般的情報と商品アイテム情報を含む。特定の実施形態では、ブ

50

ランド情報は、一般的なブランド情報および商品アイテム情報を含む。一般的な提供者情報は、特定のアイテムだけに関連するのではない情報者についての情報を含み、これらに限定されないが、1つまたはそれ以上の提供者の商標、1つまたはそれ以上の提供者ロゴ、1つまたはそれ以上の商品アイテムのロゴに関連する情報、提供者の説明、提供者に関連付けられた興味カテゴリ、提供者媒体、提供者の購入情報、小売り情報、提供者の販売促進情報、提供者のポートフォリオ中の提供者に関連する情報、関連する提供者の説明、関連する提供者の製品、またはそれらの組み合わせを含む。提供者がブランドである特定の実施形態では、一般的なブランド情報は、特定のアイテムだけに関連するのではないブランドについての情報を含み、これらに限定されないが、1つまたはそれ以上のブランド商標、1つまたはそれ以上のブランドロゴ、1つまたはそれ以上の商品アイテムロゴに関連する情報、ブランドの説明、ブランドに関連付けられた興味カテゴリ、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、ブランドのポートフォリオ中のブランドに関連する情報、関連するブランドの説明、関連するブランドの製品、またはそれらの組み合わせを含む。商品アイテム情報は特定のアイテムに係し、これらに限定されないが、1つまたはそれ以上の商品アイテムの商標に関連する情報、商品アイテムの説明情報、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、関連する第1のブランドの製品、またはそれらの組み合わせを含む。

10

【0145】

ユーザは、システム上でデータオブジェクトによって表されるアイテム、提供者、ならびに／または別のユーザ（例えば消費者ユーザおよび／もしくはブランドユーザ）に対する「嗜好」を有することができる。別のユーザ、アイテム、もしくは提供者に対してユーザが表明するシステム上の「嗜好」は、例えば、そのユーザ、アイテム、もしくは提供者を表すデータオブジェクト表現を「フォロー」することによって表明され、それにより当該ユーザが別のユーザ、アイテム、もしくは提供者のシステム上での活動を追跡することができるようになる；または「友達」になることによって表明され、例えばあるユーザが別のユーザの連絡先のグループに参加することを申請し、相手のユーザがその申請を承認するか、または拒否し、招待を承認することにより、第1のユーザは相手ユーザのシステム上での活動を追跡することができるようになる；または、アイテム、ユーザ、もしくは提供者を表すデータオブジェクトを「いいね」することによって表明され、その場合ユーザはそのアイテムもしくは提供者を好んでいることを示すことはできるが、そのアイテムもしくは提供者に関連する活動を追跡することはできない；または、アイテムもしくは提供者を表すデータオブジェクトを「リストに入れる」ことによって表明され、ユーザはそのアイテム、提供者、もしくは個人を、そのユーザによって作成された1つまたはそれ以上のリストに加えることができる。

20

30

【0146】

好ましい実施形態では、システムの消費者ユーザは、アイテム、提供者、または個人を表すデータオブジェクト表現をフォロー、リスト化、または「いいね」することにより、そのアイテム、提供者、または個人に対する嗜好を表明する。第1のユーザが、アイテム、個人、またはブランドを表すデータオブジェクト表現をフォローまたはリストに入れると、そのフォローまたはリストされたデータオブジェクトに関するその第1のユーザの識別およびシステム内の活動の1つまたはそれ以上が、その第1のユーザをフォローしているシステムの他のユーザ、および／または第1のユーザがフォローしている他のユーザに見えるようになる。詳細には、フォローまたはリストに入れられたデータオブジェクト表現が第1のユーザのGUIに表示されると共に、第1のユーザフォロワーのGUIおよび／または第1のユーザにフォローされているユーザのGUIにも表示することができる。また、第1のユーザとの間に関係を持たないシステム上の他のユーザも、システム上の第1のユーザのユーザプロフィールの下に第1のユーザがフォローまたはリストに入れているデータオブジェクト表現を見ることができるが、第1のユーザにフォローまたはリストされているデータオブジェクト表現は、第1のユーザをフォローしている他のユーザ、お

40

50

よび／または第1のユーザがフォローしているユーザのGUIだけに自動的に表示される。例えば個人を表すデータオブジェクト表現をフォローすることによってシステム上の別の消費者ユーザに対する嗜好を表明している1人の消費者ユーザに関して、ある消費者ユーザと別の消費者ユーザ間のシステム上でのそのような対話は、それらの者がシステム上で「関係」および／またはつながりを持つことにたとえることができる。上記の嗜好は、消費者ユーザおよび／もしくはブランドユーザによって、自分自身のために、またはシステム上でその代理を務めることが許されている提供者に代わって表明することができる。

【0147】

システム上で表明することができる嗜好の種類の1つは「システム追跡嗜好」であり、これは、あるアイテム、提供者、消費者ユーザ等を表すデータオブジェクトに関して1人の消費者ユーザ（またはブランドユーザ）によって行われる動作であり、動作主（すなわち嗜好を表明した消費者ユーザ）は、そのデータオブジェクトに関連付けられた識別およびシステム上での活動を追跡することができる。好ましい実施形態では、システムの消費者ユーザが、アイテム、提供者、または個人を表すデータオブジェクト表現をフォロー、リストに入れる、または「いいね」することによってそのアイテム、提供者、または個人に対する嗜好を表明する。特定の実施形態では、第1のユーザまたはブランドがアイテム、個人、またはブランドを表すデータオブジェクトをフォローまたはリストに入れると、そのフォローまたはリストの動作がシステム追跡嗜好の表明に相当し、それにより第1の消費者ユーザは、自分がシステム追跡嗜好を表明した消費者ユーザ、提供者、アイテム等のシステム上の活動を見、追跡することができる。

【0148】

上記のように、提供者または消費者ユーザがアイテムまたは提供者に関連するデータオブジェクトを作成する。別のユーザがそのデータオブジェクトをフォローするか、またはリストに含めると、システムは、フォロワー（およびさらにそのフォロワー）に固有で、フォロワー達が見ることのできる派生データオブジェクトを作成する。元のデータオブジェクト表現は、システムのさらに他のユーザによって「いいね」する、リストに入れる、またはフォローすることができるが、フォローまたはリストの動作（すなわちシステム追跡嗜好の表明）だけによって派生データオブジェクトが作成され、その派生データオブジェクト表現は、フォロワーとさらにそのフォロワーが見ることができる。同様に、システム上の別の提供者または消費者ユーザによって作成されたデータオブジェクト表現を提供者がフォローまたはリストに入れることを選択すると、システムは、その提供者およびその提供者のフォロワーに固有で、それらの者に見える派生データオブジェクトを作成する。

【0149】

アイテム、提供者、または別のユーザを表すデータオブジェクト表現に対する嗜好を表明することは、ユーザがデータオブジェクト表現（または派生データオブジェクト表現）に対して行うことができる「対話」の一形態である。本明細書で使用される場合、データオブジェクトとの「対話」は、これらに限定されないが、データオブジェクト表現を見る、データオブジェクト表現に対する嗜好を表明する、データオブジェクト表現についてコメントする、データオブジェクト表現に関する会話に参加する、データオブジェクト表現に関する意見を提供する、データオブジェクト表現についての評価を提供する、データオブジェクト表現をクリックしてさらなる詳細を見る、データオブジェクト表現をクリックして第1の提供者に置かれた情報を見る、データオブジェクト表現に関する調査に参加する、データオブジェクト表現に関して提供者にさらなる情報を要求する、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第三者の小売業者／再販業者から購入する、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第1の提供者から直接購入する、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムを個人から購入する、データオブジェクト表現に関する競売に参加する、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムを無料、貸し付け、販売、リース、および／もしくはレンタルで提供する、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムを購入することを申請する、データオブジェクト表現に表示さ

れた取り扱いが中止された商品アイテムを第1の提供者および／もしくはその公認小売業者／再販業者が再開することを要求する、データオブジェクトに関して製品に関するアイデア、改良、および／もしくは改善を第1の提供者に提案する、1つまたはそれ以上のリストからデータオブジェクト表現を削除する（「リストから削除（de-listing）」する）、個人もしくはグループとデータオブジェクト表現を共有する、例えばデータオブジェクト表現（もしくはデータオブジェクトへのハイパーリンク）を電子メールで送信する、そのデータオブジェクト表現へのハイパーリンクをソーシャルネットワーキングシステム等を含める、データオブジェクト表現の「いいね」を取り消す、例えば消費者ユーザのプロフィールの「いいね」をしたデータオブジェクト表現のリストからそのデータオブジェクト表現を削除する、「友達を取り消す」、例えば消費者ユーザのプロフィール内の「友達」のリストからそのデータオブジェクト表現を削除する、またはそれらの組み合わせを含む。

10

【0150】

当業者には、本明細書に記載されるシステムは、アイテムまたは提供者に関する情報を管理および／または交換する方法に限定されず、例えば業者と顧客間、イベント計画者と参加者間、サービス提供者と顧客間、企業体におけるその企業の雇用者間等で任意種類の情報を管理および／または交換する方法にも応用できることが理解されよう。特定の実施形態では、本明細書に記載されるシステムは、市販されるアイテム、提供者、ブランド、サービス、イベント等に関する情報を交換する方法に関する。特定の実施形態では、システム上で交換および／または管理される情報のセットは、一様に、市販されるアイテム、ブランド、サービス、イベント等に関連する。他のソーシャルネットワーキングサイト、例えばFacebook、Twitter等もアイテムや提供者に関連する投稿および／またはコメントを含む場合があるが、それはそのサイトの目的にとって副次的なものであり、すなわち任意の目的のためのユーザ間の社交的な対話を促進するためのものである。それに対して、本発明のシステムは、商品アイテム、ブランド、サービス、イベントに関するユーザ間および提供者間の社交的な対話を促進する。

20

【0151】

カスタマイズ可能なデータ管理システム

本発明は、上記システムを通じてデータを転送して、特定のシステムユーザのシステム上での嗜好および関係に基づいてそのユーザにカスタマイズされたデータセットを合成する能率的な方法を提供する。そのカスタマイズされたデータセットはユーザのGUIに表示される。同様に、システムは、システム上の各個人ユーザおよび提供者に合わせてカスタマイズされたデータセットを合成し、その固有のカスタマイズされたデータセットをユーザ／提供者のGUIに表示する。システム上の各ユーザ、提供者、アイテム、カテゴリ、およびデータオブジェクトは一意的な識別子を含むので、システムの参加者（ユーザまたは提供者）が（例えばデータオブジェクト表現を介して）データオブジェクトへの嗜好を表明するたびに、その動作がシステム内でそのユーザ（または提供者）および1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に一意に関連付けられ、そのデータオブジェクトは、表明された嗜好の種類に応じて元のデータオブジェクトおよび／または派生データオブジェクトである。ユーザがシステム追跡嗜好を表明した場合は、派生データオブジェクトが生成されてそのユーザに一意に関連付けられ；システムはその後、そのユーザのフォロワーのサブセットを生成し、そのデータオブジェクトへの参照をフォロワーのGUIの1つまたはそれ以上の領域、チャンネル、またはフィードにコピーして、ユーザのフォロワーがシステム上でのそのユーザの活動を知らされるようにする。一方、ユーザがシステム追跡嗜好に相当しない嗜好を表明した場合は、派生データオブジェクトは生成されず、元のデータオブジェクトに対するユーザの嗜好がシステムに記録され、システムは、その元のデータオブジェクトへの参照を、そのユーザのGUIの1つまたはそれ以上の領域、チャンネル、またはフィードにコピーする。

30

40

【0152】

詳細には、各ユーザ、アイテム、提供者、カテゴリ、ブランド等はシステム内で1つの

50

データオブジェクトに関連付けられ、システム上にある各データオブジェクト、ユーザ、提供者、カテゴリ、およびアイテムは、システム内で一意的な識別子（ID）に関連付けられる。各データオブジェクト（および派生データオブジェクト）は、それを作成したユーザのユーザIDの参照を含むと共に、そのデータオブジェクトに関連付けられた提供者IDの参照を含み、すべてのデータオブジェクト（および派生データオブジェクト）ならびにそれらに関連付けられた一意的な識別子は、総合データオブジェクトデータベースに記憶される。ユーザAがデータオブジェクトXをフォローすることを選択した場合（すなわちユーザがデータオブジェクトXについてシステム追跡嗜好を表明した場合）、システムは識別子X'を有する派生データオブジェクトを作成する。システムは次いで、ユーザA、データオブジェクトX、およびデータオブジェクトX'間の関連付けを作成し、その関連付けがグローバル追跡データベースに記憶される。したがって、この特定の例では、作成される関連付けは、次のデータ：ユーザA、データオブジェクトX、およびデータオブジェクトX'を含む。システムは次いで、システム上でのユーザAのフォロワー、例えばユーザB、C、およびDのデータセットをグローバル追跡データベースで調べる。ユーザAにフォロワーがいない場合は、派生データオブジェクトX'（すなわち派生データオブジェクトX'の表現）が、ユーザAの1つまたはそれ以上のカスタマイズされたチャンネルまたはフィード、例えば、ユーザAがシステム上で最近行った活動に関連するチャンネルやフィードに表示される。ユーザAにフォロワー、例えばユーザBがいる場合、システムは、システム上でユーザBにとって新しいデータオブジェクト表現を表示するために設計されたユーザBのカスタマイズされたチャンネルまたはフィードに派生データオブジェクトX'の表現を表示し；同様に、ユーザAにさらに他のフォロワー、例えばユーザCおよびDがいる場合、システムは、ユーザCのカスタマイズされたチャンネルまたはフィード、およびユーザDのカスタマイズされたチャンネルまたはフィードにそれぞれ派生データオブジェクトX'の表現を表示する。

【0153】

上記のように、データオブジェクトをフォローする動作がシステム追跡嗜好に相当し、それにより、フォローされているデータオブジェクト表現に基づく派生データオブジェクトが生成されるが、データオブジェクト表現を「いいね」することではシステム追跡嗜好は生成されない。したがって、ユーザAがデータオブジェクトXの表現を「いいね」した場合には、その嗜好が総合データオブジェクトデータベース内でデータオブジェクトXに関連付けられ、同様に、データオブジェクトXに対するユーザAの嗜好がユーザAのプロフィールに記憶されるが、システムは派生データオブジェクトは生成しない。ユーザAとデータオブジェクトX間の関連付けが作成され、グローバル追跡データベースおよび／または追加的な追跡データベースに記憶され、この追加的な追跡データベースは、グローバル追跡データベースの構成要素であるか、またはシステム内の別のデータベースとすることができる。システムは、ユーザAのGUIの領域、チャンネル、またはフィードの1つまたはそれ以上にデータオブジェクトXの表現を表示すると共に、ユーザAのフォロワーの1つまたはそれ以上の領域、チャンネル、またはフィードにも表示する。

【0154】

データ転送および管理のさらに他の実施形態が提供され、この実施形態では、システムは、これまでにシステムのユーザのカスタマイズ可能なGUIに表示されたことがないデータオブジェクト表現のカスタマイズ可能な領域、チャンネル、またはフィードを生成し、これはNew Channelと呼ばれる。この実施形態では、ユーザが自分のNew Channelを見ることを選択すると、システムは、以前にNew Channelに表示されたデータオブジェクトのデータセットを取得し、ユーザのNew Channelにこれまでに表示されていないオブジェクトを総合データオブジェクトデータベースに照会し、新しいデータオブジェクトのデータセットを生成し、システム上で以前に表示または閲覧されたデータオブジェクトを削除し、データセットの新しいデータオブジェクト表現をNew Channelに表示する。総合データオブジェクトデータベースに新しいデータオブジェクトがない場合、システムは、New Channelが空であること

を知らせるメッセージをGUIを介してユーザに表示する。一実施形態では、システムは、例えば、データオブジェクト表現がGUIに表示されたことをブラウザのJavaScript（登録商標）を介して検出することにより、データオブジェクト表現がユーザに閲覧されたかどうかを判定することができ、サーバにメッセージが送信されて、New Channelのデータテーブルからそのデータオブジェクトを削除するようにシステムに指示する。New Channelが更新されると、そのデータオブジェクト表現はそれ以降表示されなくなる。あるいは、システムは、ブラウザでユーザが実際に「見た」ことを検出するのではなく、単にこれまでにNew Channelに提示されたデータオブジェクトの記録を維持し、一旦提示されると、そのデータオブジェクトへの参照がNew Channelのデータテーブルから削除される。さらに別の代替実施形態では、システムは、New Channelに最初に表示されてから、例えば1週間、1か月、3か月等の選択された時間以内にデータオブジェクトへの参照を削除することができる。

10

【0155】

システムは、この方法を使用して、システム上で各ユーザが見たいと思う情報の種類に応じて、システム上の各ユーザまたは提供者に合わせてカスタマイズされた様々な合成データセットを作成する。一実施形態では、本発明は、グラフィカルユーザインターフェースでユーザと対話するためのデータオブジェクトを選択する、コンピュータによって実行される方法を提供し、この方法は：アイテム提供者から入手可能なアイテムを識別するデータストリームを、アイテム提供者から受け取る工程と；アイテム提供者を一意に識別する提供者識別子と共にデータオブジェクトをグローバルデータベースに記憶する工程と；データストリーム中のアイテムごとに、アイテムを一意に識別するアイテム識別子と共にデータオブジェクトを記憶する工程と；ユーザデバイスのグラフィカルユーザインターフェースでアイテムまたはアイテム提供者のデータオブジェクトに対して行われるユーザの対話を検出し、ユーザを一意に識別するユーザ識別子と共にユーザデータオブジェクトを作成する工程と；ユーザデータオブジェクトとアイテムおよび／またはアイテム提供者のデータオブジェクトとの関連付けを追跡データベース内に作成する工程と；追跡データベースを使用して、追跡データベース中の関連付けに基づいて、グラフィカルユーザインターフェースに提示するためのデータオブジェクトのカスタマイズされたデータセットを選択する工程とを含む。

20

【0156】

さらに、本発明はコンピュータシステムを提供し、このコンピュータシステムは：ユーザが利用可能な表示インターフェースを各々が有する複数のユーザデバイス；複数のアイテム提供者；データオブジェクトのグローバルデータベースであって、各データオブジェクトは、そのオブジェクトの一意的なオブジェクト識別子と、そのデータオブジェクトが関連するユーザ、アイテム、または提供者のユーザ識別子、アイテム識別子、または提供者識別子とを含む、グローバルデータベース；（i）各アイテム提供者について、その提供者の一意的な提供者識別子と、その提供者によって提供されるアイテムの1つまたはそれ以上のアイテム識別子とを含む個々の提供者データテーブル；（ii）各ユーザについて、そのユーザの一意的なユーザ識別子と、そのユーザが嗜好を表明しているアイテム、提供者、および／またはカテゴリの1つまたはそれ以上のアイテム識別子、提供者識別子、および／またはカテゴリ識別子とを含む個々のユーザデータテーブル；ならびに、（iii）第1のユーザのデータテーブルに保持されているアイテム識別子および／または提供者識別子に基づいて、ユーザデータテーブルおよび提供者データテーブルから選択される、少なくとも第1のユーザについて選択されたデータテーブルのカスタマイズされたセット：を記憶するコンピュータストレージ；第1のユーザが関連付け命令を自身のユーザデバイスで発することによりある提供者またはアイテムに対する追加的な嗜好を表明するのに応答して、その第1のユーザのユーザ識別子を、その提供者またはアイテムの提供者識別子またはアイテム識別子を含むデータオブジェクトのオブジェクト識別子に関連付けるように構成されたグローバル追跡データベース；ならびに、第1のユーザがアイテムまたは提供者に対する追加的な関心を表明するのに応答して、1つまたはそれ以上の追加的

30

40

50

な提供者データテーブルおよび／またはユーザデータテーブルを、第1のユーザのカスタマイズされたセットに含めるために選択してそのセットを更新し、かつ、第1のユーザの更新されたセットに基づいて、第1のユーザのユーザデバイスの表示インターフェースを介して第1のユーザに表示するための少なくとも1つのデータオブジェクトを選択するように構成された情報交換コンピュータを含む。

【0157】

また、コンピュータシステムも提供され、このコンピュータシステムは：ユーザが利用可能な表示インターフェースを各々が有する複数のユーザデバイス；複数のアイテム提供者；データオブジェクトのグローバルデータベースであって、各データオブジェクトは、そのオブジェクトの一意的なオブジェクト識別子と、そのデータオブジェクトが関連するユーザ、アイテム、または提供者のユーザ識別子、アイテム識別子、または提供者識別子とを含み、データオブジェクトは、対象ユーザの対象ユーザ識別子と、対象ユーザをフォローしているユーザのフォロワーユーザ識別子とを含むユーザ関連付けデータオブジェクトを含み、グローバルデータベースは、対象ユーザが自身のユーザデバイスで追跡命令を発することによりデータオブジェクト表現に追跡の関心を表明するのに応答して、そのデータオブジェクトに基づく新しい派生データオブジェクトを作成するように構成される、前記グローバルデータベース；対象ユーザがデータオブジェクト表現に追跡の関心を表明するのに応答して、対象ユーザのユーザ識別子と、そのデータオブジェクトのオブジェクト識別子と、作成された派生データオブジェクトのオブジェクト識別子との関連付けを記憶するように構成されたグローバル追跡データベース；ならびに、対象ユーザがデータオブジェクトに関心を表明するのに応答して、グローバルデータベースおよびグローバル追跡データベースにアクセスし、フォロワーユーザのユーザデバイスの表示インターフェースを介してフォロワーユーザに派生データオブジェクトを表示するように構成された情報交換コンピュータを含む。

【0158】

特定の実施形態では、本発明は、システム上で提供者情報を交換する方法を提供し、このシステムは、(i)第1の消費者ユーザおよび1人またはそれ以上の他の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザであって、場合により、第1の消費者ユーザおよび1人またはそれ以上の他の消費者ユーザがシステム上で関係を有する、消費者ユーザと、(ii)第1の提供者を含む複数の提供者とを有し、上記方法は：

第1の提供者情報を受け取る動作；

第1の消費者ユーザが第1の提供者情報に対する嗜好を表明したことを示す第1の提供者嗜好情報を受け取る動作；

第1の提供者情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される第1の提供者情報のサブセットを作成する動作；

第1の提供者情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する動作；

第1の提供者情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る動作；

第1の提供者に：

- ・第1の提供者に関連し、1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；

- ・システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、第1の提供者に関連する対話データ；

- ・システム上の1人またはそれ以上の他の提供者と比較した、第1の提供者に関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または

- ・それらの組み合わせ

を表示する動作を含む。

【0159】

特定の実施形態では、本発明はシステム上でブランド情報を交換する方法を提供し、シ

システムは、(i) 第1の消費者ユーザおよび1人またはそれ以上の他の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザであって、場合により、第1の消費者ユーザと1人またはそれ以上の他の消費者ユーザがシステム上で関係を有する、消費者ユーザと、(ii) 第1のブランドを含む複数のブランドと、を有し、方法は：

第1のブランド情報を受け取る動作；

第1の消費者ユーザが第1のブランド情報に対する嗜好を表明したことを示す第1のブランド嗜好情報を受け取る動作；

第1のブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報のサブセットを作成する動作；

第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する動作；

第1のブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る動作；

第1のブランドに：

- ・第1のブランドに関連し、1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；

- ・システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、第1のブランドに関連する対話データ；

- ・システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、第1のブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または

- ・それらの組み合わせ

を表示する動作を含む。

【0160】

例えば、システムの複数のユーザには、システムの複数の消費者ユーザと、システム上で商品アイテムを提供するブランドの両方が含まれる。プロセッサは、システムの第1の消費者ユーザが、(i) システム上でブランドから提供される商品アイテム、および／または(ii) システム上で1つまたはそれ以上の商品アイテムを提供するブランド、に対する嗜好を有することを示す情報を受け取る。プロセッサは、その商品アイテムおよび／またはブランドに関連するアイテムおよび／またはブランド情報を受け取り、アイテムおよび／またはブランド情報をフィルタリングして、第1のユーザが嗜好を表明している消費者ユーザに提供されるアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットを作成する。プロセッサは、そのサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現をGUIで第1のユーザに表示する。プロセッサは、第1の消費者ユーザが、第1の消費者ユーザに表示されたデータオブジェクト表現のサブセットと行う対話、例えば、データオブジェクトを見る、データオブジェクトに描写されたアイテムを購入する、データオブジェクトにコメントする、データオブジェクトを「いいね」またはフォローすること等に関連する情報も受け取り、システムは、第1のブランドに嗜好を有する複数の消費者ユーザに関連する対話データを、第1のブランドに表示する。システムは、システム上の複数の消費者ユーザについて集約された第1のブランドに関連する対話データ、ならびに、システム上の他のブランドと比較した第1のブランドに関連する複数のシステムユーザからの比較対話データも第1のブランドに表示する。

【0161】

システムが複数のブランドを含むのに対し、上記方法は以下の工程：複数のブランドから追加的なブランド情報を受け取る工程と；第1の消費者ユーザが追加的なブランド情報の追加的なサブセットに対する嗜好を表明したことを示す追加的なブランド嗜好情報を受け取る工程と；第1のブランド情報および追加的なブランド情報をフィルタリングして、第1の消費者ユーザに提供される追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットを作成する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する工程と；追加的なブランド情報の1つまたはそれ以上の補助サブセットに関連する1つ

またはそれ以上のデータオブジェクト表現との、第1の消費者ユーザによる1つまたはそれ以上の対話を受け取る工程と；追加的なブランドそれぞれに：（i）1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連し、1つまたはそれ以上の追加的なブランド情報に対する嗜好を表明している1人またはそれ以上の消費者ユーザに固有である対話データ；（ii）システム上の複数の消費者ユーザについて集約された、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する対話データ；（iii）システム上の1つまたはそれ以上の他のブランドと比較した、1つまたはそれ以上の追加的なブランドに関連する複数の顧客ユーザからの比較対話データ；または（iv）それらの組み合わせ、を表示する工程も含む。

【0162】

特定の実施形態では、本発明は、上記のようにシステム上で提供者情報を交換する方法を提供し、システムは、システム上でこれまでに消費者ユーザに表示されていない提供者情報を第1の消費者ユーザに表示する。特定の実施形態では、システムは、システムが以前に消費者ユーザに表示したことがある他のブランド情報よりも、その消費者ユーザにこれまでに表示されたことがないブランド情報を優先的に表示し、したがって、その消費者ユーザにこれまでに表示されたことがないデータオブジェクト表現を特定する。別の実施形態では、システムは、定義された時間枠、例えば1年、6か月、3か月、1か月以内に消費者ユーザに表示されていないブランド情報を消費者ユーザに表示する。これに関して、システムは、消費者ユーザがシステム上で見たことがない新しいアイテムやブランド等に関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を表示し、すなわち、消費者ユーザがその消費者ユーザにとって新たな嗜好を表明した、システム上の情報ブランド情報のサブセットを表示する。したがって、消費者ユーザのGUIは、システムによってこれまでにその消費者ユーザに表示されたことがないアイテムおよび／またはブランドに関連する情報のサブセットを表示する。例えば、新しいブランドまたはアイテム情報は、これらに限定されないが、ブランドによって提供される新しいアイテム、消費者ユーザに好まれる興味カテゴリの新しいアイテムまたはブランド、また新しいブランドについては、その新しいブランドによって提供される製品、アイテムまたはブランドに関連する新しい説明情報、アイテムまたはブランドに関連する新しい購入情報、そのアイテムまたはブランドに関連する販売促進、その消費者ユーザにこれまでに表示されたことがないアイテムまたはブランドに関連する画像、映像、もしくは他のグラフィック、そのアイテムまたはブランドについての新しいレビュー、アイテムまたはブランドに関連付けられた、もしくはそのアイテムまたはブランドと共に使用することができる（およびその逆）新しいアイテムまたはブランド、ユーザのフォロワーによって作成されたそのアイテムまたはブランドについての新しいコメント等を含むことができる。

【0163】

また、消費者ユーザが提供者情報に対してシステム追跡嗜好を表明すると、システムはその提供者の情報をフィルタリングして、その消費者ユーザとそのフォロワーに提供される提供者情報の第1の補助サブセットを作成し、提供者情報のその第1の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現を表示する。同様に、システムの別の消費者ユーザが第1の消費者ユーザに対してシステム追跡嗜好を表明すると、システムは第1の消費者ユーザが嗜好を表明した第1の提供者情報をフィルタリングして、第1の提供者情報の第2の補助サブセットを作成し、その第2の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現をその別の消費者ユーザに表示する。さらに、システムのブランドユーザが第1の消費者ユーザについてシステム追跡嗜好を表明すると、システムは第1の消費者ユーザが嗜好を表明している第1の提供者情報をフィルタリングして、第1の提供者情報の第3の補助サブセットを作成し、その第3の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を、そのブランドユーザに表示する。特定の例では、消費者ユーザがブランド情報についてシステム追跡嗜好を表明すると、システムはそのブランドの情報をフィルタリングして、その消費者ユーザとそのフォロワーに提供されるブランド情報の第1の補助サブセットを作成し、ブランド情

報のその第1の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上の派生データオブジェクト表現を表示する。同様に、システム上の他の消費者ユーザが第1の消費者ユーザについてシステム追跡嗜好を表明すると、システムは、第1の消費者ユーザが嗜好を表明している第1のブランド情報をフィルタリングして、第1のブランド情報の第2の補助サブセットを作成し、その第2の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を上記他の消費者ユーザに表示する。さらに、システムのブランドユーザが第1の消費者ユーザについてシステム追跡嗜好を表明すると、システムは第1の消費者ユーザが嗜好を表明している第1のブランド情報をフィルタリングして、第1のブランド情報の第3の補助サブセットを作成し、その第3の補助サブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／または派生データオブジェクト表現を、そのブランドユーザに表示する。

【0164】

別の実施形態では、本発明は、第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザを有するシステム上で情報を交換する方法を含み、この方法は、(a)第1の消費者ユーザがある商品アイテムおよび／または提供者に対する嗜好を有することを示す情報を受け取る動作；(b)その商品アイテムおよび／または提供者に関連する、複数の消費者ユーザおよび／または提供者の少なくとも一部から提供されたアイテムおよび／または提供者情報を受け取る動作；(c)そのアイテムおよび／または提供者情報をフィルタリングして、消費者ユーザに提供されるアイテムおよび／または提供者情報のサブセットを作成する動作；ならびに(d)そのアイテムおよび／または提供者情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する動作を含む。例えば、本発明は、第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザを有するシステム上で情報を交換する方法を含み、この方法は、(a)第1の消費者ユーザがある商品アイテムおよび／またはブランドに対する嗜好を有することを示す情報を受け取る動作；(b)その商品アイテムおよび／またはブランドに関連する、複数の消費者ユーザおよび／またはブランドの少なくとも一部によって提供されたアイテムおよび／またはブランド情報を受け取る動作；(c)アイテムおよび／またはブランド情報をフィルタリングして、消費者ユーザに提供されるアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットを作成する動作；ならびに(d)そのアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットに関連する1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を第1の消費者ユーザに表示する動作を含む。

【0165】

本発明は、システム上で第1の提供者と第1の消費者ユーザの間で情報を交換する方法も含み、このシステムは、(a)第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザと、(b)第1の提供者を含む複数の提供者と、を含み、システムは、第1の消費者ユーザ、第1の提供者、複数の消費者ユーザ、複数の提供者、商品アイテム、対話データ、比較対話データ、およびそれらの組み合わせに関連する情報を受け取り、フィルタリングし、かつ／または表示するように構成され、；上記方法は、(a)第1の提供者情報に対する嗜好を表明している複数の消費者ユーザに関連する対話データを第1の提供者が見る動作；および(b)第1の提供者の対話データに応じて追加的な第1の提供者情報を提供する動作を含む。この方法は、システム上の複数の提供者および／またはシステム上の複数の提供者のサブセットと比較した、第1の提供者についての提供者比較対話データを第1の提供者が見る動作；ならびに、第1の提供者の対話データおよび／または第1の提供者比較対話データに応じて追加的な第1の提供者情報を提供する動作も含むことができる。例えば、本発明は、システム上で第1のブランドと第1の消費者ユーザの間で情報を交換する方法を含み、システムは、(a)第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザと、(b)第1のブランドを含む複数のブランドとを含み、システムは、第1の消費者ユーザ、第1のブランド、複数の消費者ユーザ、複数のブランド、商品アイテム、対話データ、比較対話データ、およびそれらの組み合わせに関連する情報を受け取り、フィルタリングし、かつ／または表示するように構成され；上記方法は、(a)第1のブランド情報に対する嗜好を表明している複数の消費者ユーザに関連する対話データを第1のブランドが見る動作；

ならびに、(b) 第1のブランドの対話データに応じて追加的な第1のブランド情報を提供する動作を含む。上記方法は、システム上の複数のブランドおよび／またはシステム上の複数のブランドのサブセットと比較した、第1のブランドについてのブランド比較対話データを第1のブランドが見る動作；ならびに、第1のブランド対話データおよび／または第1のブランド比較対話データに応じて追加的な第1のブランド情報を提供する動作も含むことができる。

【0166】

また、システム上で第1の提供者と第1の消費者ユーザ間で情報を交換する方法も提供され、システムは、(a) 第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザと、(b) 第1の提供者を含む複数の提供者と、を含み、システムは、第1の消費者ユーザ、第1の提供者、複数の消費者ユーザ、複数の提供者、商品アイテム、対話データ、比較対話データ、およびそれらの組み合わせに関連する情報を受け取り、フィルタリングし、かつ／または表示するように構成され、；上記方法は：(a) (i) 一般的な第1の提供者情報および／または第1の提供者の商品アイテムに関連する第1の提供者情報を第1の消費者ユーザが見る動作；(ii) (i) 一般的な第1の提供者情報および／または第1の提供者の商品アイテムに対する嗜好を表明する動作；ならびに、(iii) システムにより第1の消費者ユーザに提供される第1の提供者情報のサブセットを第1の消費者ユーザが見る動作を含む。例えば、システム上で第1のブランドと第1の消費者ユーザの間に情報を交換する方法も提供され、システムは、(a) 第1の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザと、(b) 第1のブランドを含む複数のブランドと、を含み、システムは、第1の消費者ユーザ、第1のブランド、複数の消費者ユーザ、複数のブランド、商品アイテム、対話データ、比較対話データ、およびそれらの組み合わせに関連する情報を受け取り、フィルタリングし、かつ／または表示するように構成され、；上記方法は：(a) (i) 一般的な第1のブランド情報および／または第1のブランドの商品アイテムに関連する第1のブランド情報を第1の消費者ユーザが見る動作；(ii) (i) 一般的な第1のブランド情報および／または第1のブランドの商品アイテムに対する嗜好を表明する動作；ならびに (iii) システムにより第1の消費者ユーザに提供される第1のブランド情報のサブセットを第1の消費者ユーザが見る動作を含む。

【0167】

さらに、システム上で第1の消費者ユーザと1人またはそれ以上の他の消費者ユーザの間に情報を交換する方法も含まれ、システムは、(a) 第1の消費者ユーザおよび1人またはそれ以上の他の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザであって、第1の消費者ユーザと1人またはそれ以上の他の消費者ユーザはシステム内でつながっている、複数の消費者ユーザと、(b) 第1の提供者を含む複数の提供者と、を含み、システムは、第1の消費者ユーザ、第1の提供者、複数の消費者ユーザ、複数の提供者、商品アイテム、対話データ、比較対話データ、およびそれらの組み合わせに関連する情報を受け取り、フィルタリングし、かつ／または表示するように構成され、；上記方法は：(a) 第1の消費者ユーザおよび場合により1人またはそれ以上の他の消費者ユーザにシステムによって提供される第1の提供者情報のサブセットを、第1の消費者ユーザが見る動作；ならびに、(b) 第1の提供者情報のサブセットとの対話を第1の消費者ユーザが見る動作を含み、対話は、：(i) 第1の消費者ユーザおよび／もしくは1人またはそれ以上の他の消費者ユーザによって表明される、第1の提供者情報のサブセット中の1つまたはそれ以上の要素に対する嗜好；(ii) 第1の消費者ユーザおよび／もしくは1人またはそれ以上の他の消費者ユーザから提供される、第1の提供者情報のサブセット中の1つまたはそれ以上の要素に関するコメント；または (iii) それらの組み合わせ、を含む。また、この方法では、(c) 第1の消費者ユーザが第1の提供者情報のサブセットと対話すること、例えば、サブセット中のデータオブジェクトに対する追加的な嗜好を表明することや、別の消費者ユーザから提供されたコメントに返答すること等が企図される。例えば、本発明は、システム上で第1の消費者ユーザと1人またはそれ以上の他の消費者ユーザ間で情報を交換する方法を企図し、システムは、(a) 第1の消費者ユーザおよび1人またはそれ以上の

他の消費者ユーザを含む複数の消費者ユーザであって、第1の消費者ユーザと1人またはそれ以上の他の消費者ユーザはシステム内でつながっている、複数の消費者ユーザと、(b)第1のブランドを含む複数のブランドと、を含み、システムは、第1の消費者ユーザ、第1のブランド、複数の消費者ユーザ、複数のブランド、商品アイテム、対話データ、比較対話データ、およびそれらの組み合わせに関連する情報を受け取り、フィルタリングし、かつ／または表示するように構成され；上記方法は：(a)第1の消費者ユーザおよび場合により1人またはそれ以上の他の消費者ユーザにシステムによって提供される第1のブランド情報のサブセットを、第1の消費者ユーザが見る動作；(b)第1のブランド情報のサブセットとの対話を第1の消費者ユーザが見る動作、を含み、対話は：(i)第1の消費者ユーザおよび／もしくは1人またはそれ以上の他の消費者ユーザによって表明される、第1のブランド情報サブセット中の1つまたはそれ以上の要素に対する嗜好；(ii)第1の消費者ユーザおよび／もしくは1人またはそれ以上の他の消費者ユーザから提供される、第1のブランド情報のサブセット中の1つまたはそれ以上の要素に関するコメント；または(iii)それらの組み合わせを含む。この方法では、(c)第1の消費者ユーザが第1のブランド情報のサブセットと対話することも企図され、例えばサブセット中のデータオブジェクトに対する追加的な嗜好を表明することや、別の消費者ユーザから提供されたコメントに返答すること等が企図される。

【0168】

前述の方法は図および添付の説明に示される。図の1つまたはそれ以上は、提供者がブランドで、システム上で交換される情報が商品アイテムおよびそれに関連付けられた情報に関連するシステムの一実施形態を示すが、当業者には、本明細書に記載され、図に示されるシステムは、任意の方式の提供者によって提供される任意種のデータセットの管理に使用できることが理解されよう。本明細書に記載されるシステムは、カスタマイズ可能なデータセットを管理してユーザに表示する効率的な機構を提供し、システム上でのユーザ体験を簡潔にし、豊かにすると共に、システム上の2つ以上のデータベース間のデータの転送および管理の効率性ももたらす。

【0169】

図1に示すように、システムは、総合消費者データテーブル(101)、総合ブランドデータテーブル(102)、プロセッサ(103)、インターフェース(104)、ならびにフィルタリングおよび分析プログラムおよびそれらに関連するデータベースのセット(105)を含む。総合消費者データテーブルは、システムに参加する複数の消費者ユーザについてのすべての情報を記憶し、同様に、総合ブランドデータテーブルは、システムに参加する複数のブランドについてのすべての情報を記憶する。総合消費者データテーブルは、1つまたはそれ以上の消費者データセットを含み、その1つを図1に個別消費者データ(106)として示す。システム上でプロフィールを持つ各消費者ユーザには、総合消費者データテーブルに記憶された、対応する消費者データテーブルまたは個別消費者データテーブルがある。各個別消費者データは1つまたはそれ以上の他のデータテーブルを含み、それらのテーブルには、これらに限定されないが、消費者プロフィール(107)と、ブランドの嗜好(108)、アイテムの嗜好(109)を含む購入の嗜好と、連絡先、フォロワー、および／またはフォロー中のユーザ(following)のデータテーブル(110)と、興味関心事データテーブル(111)とが含まれる。ブランドおよび／またはアイテムの嗜好は、消費者ユーザ(図示せず)によって作成された1つまたはそれ以上のブランドリストおよび／またはアイテムリストも含むことができ、そのリストを消費者ユーザが使用してブランドおよび／またはアイテムを、消費者ユーザが作成した概念体系(ontology)でグループ化することができる。

【0170】

総合ブランドデータテーブルは、1つまたはそれ以上のブランドデータを含み、その1つを図1(a)に個別ブランドデータ(112)として示す。システムに参加する各ブランドには、総合ブランドデータテーブルに記憶された、対応するブランドデータテーブルまたは個別ブランドデータテーブルがある。各個別ブランドデータは1つまたはそれ以上

の他のデータテーブルを含み、それらのテーブルには、これらに限定されないが、システム上で提供されるブランドの全アイテムのリストを含むアイテムシステム（113）、そのブランドまたはシステム上でそのブランドによって提供されるアイテムに対する嗜好を表明したシステム上のすべての消費者ユーザのリストを含む連絡先、フォロワー、および／またはフォロー中のユーザのデータテーブル（114）、ならびに、そのブランドが提供するアイテムに関連性がある興味カテゴリを含む興味関心事データテーブル（115）が含まれる。任意選択の実施形態では、総合ブランドデータテーブルはアイテムおよびブランドのカテゴリを含むシステムの概念体系を含み、ブランド情報は、そのシステムの概念体系に従って1つまたはそれ以上のブランドデータテーブル内で編成される。

【0171】

プロセッサ（103）は、消費者の嗜好、例えばアイテム、カテゴリ、および／またはブランドの嗜好に基づいて総合ブランドデータテーブルをフィルタリングするように構成されたフィルタリングプログラムを含む。すなわち、プロセッサは、総合ブランドデータテーブルおよび総合消費者データテーブルのアイテム、カテゴリ、および／またはブランド情報をフィルタリングして、第1のユーザが嗜好を表明したアイテムおよび／またはブランドだけに関連するアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットを作成する。例えば、第1のユーザがアイテムXに対する関心を明らかにすると、システムはその情報を使用して、アイテムXに関連する情報を求めて総合ブランドデータテーブルをフィルタリングして、アイテムXに関連する情報を含む、消費者に合わせてカスタマイズされたデータテーブルを生成する。システムはまた、アイテムXについてのアイテム情報および／またはブランド情報を提供した、第1のユーザにフォローされているシステム上の複数のユーザの1人またはそれ以上のユーザを求めて総合消費者データテーブルをフィルタリングする。したがって、その消費者ユーザのGUIは、アイテムXに関連する情報の選択されたサブセット、例えば、アイテムXの説明、購入情報、アイテムXの画像、映像、または他のグラフィック、アイテムXのレビュー、アイテムXに関連付けられたセールまたは販売促進情報、アイテムXに関連するアイテム、アイテムXと関連して使用されるアイテム、および、下記でさらに詳細に説明するようにユーザのフォロワーによるアイテムXについてのコメントを含むアイテムXのデータオブジェクト（アイテムXに関連する派生データオブジェクト）をその消費者に表示する。同様に、第1のユーザがアイテムカテゴリNへの関心を明らかにすると、システムはその情報を使用して、カテゴリNに関連付けられたアイテムに関連する情報を求めて総合ブランドデータテーブルをフィルタリングし、アイテムn、m、およびpに関連する情報を含む、消費者に合わせてカスタマイズされたデータテーブルを生成する。そして、システムはアイテムn、m、およびpのデータオブジェクト表現を表示する。

【0172】

一実施形態では、フィルタリングプログラムは、消費者の嗜好、例えばアイテム、カテゴリ、および／またはブランドの嗜好に基づいて総合ブランドデータテーブルを編成する方法を提供する。すなわち、プロセッサは、総合ブランドデータテーブルおよび総合消費者データテーブルのアイテムおよび／またはブランド情報をフィルタリングして、第1のユーザが嗜好を表明したアイテムおよび／またはブランドだけに関連するアイテムおよび／またはブランド情報のサブセットを作成し、システムは、消費者ユーザの嗜好の1つまたはそれ以上に専用となっているGUI領域または箇所、そのサブセットを消費者ユーザに表示する。例えば、第1のユーザがアイテムXへの関心を明らかにした場合、システムはその情報を使用してアイテムXに関連する情報を求めて総合ブランドデータテーブルをフィルタリングし、アイテムXに関連する情報を含む、消費者に合わせてカスタマイズされたデータテーブルを生成する。システムはまた、第1のユーザにフォローされているシステム上の複数のユーザのうち、アイテムXについてのアイテム情報および／またはブランド情報を提供した1人またはそれ以上のユーザを求めて総合消費者データテーブルをフィルタリングする。したがって、その消費者ユーザのGUIは、アイテムXに関連する情報の選択されたサブセット、例えば、アイテムXの説明、購入情報、アイテムXの画像

、映像、または他のグラフィック、アイテムXのレビュー、アイテムXに関連付けられたセールまたは販売促進情報、アイテムXに関連するアイテム、アイテムXと関連して使用されるアイテム、および、下記でさらに詳細に説明するように、ユーザのフォロワーによるアイテムXについてのコメントを含むアイテムXのデータオブジェクト（アイテムXに関連する派生データオブジェクト表現）をその消費者に表示する。

【0173】

その消費者ユーザのGUIは、選択された情報のサブセットを適切な方式で表示することができる。一実施形態では、GUIは、選択された情報のサブセットを、消費者ユーザの嗜好に従って編成されたチャンネルまたはフィードに表示し、消費者ユーザはGUI内でチャンネル間を移動することができる。システムが、定義されたチャンネルまたはフィードのセットを含めるか、かつ／または、消費者ユーザが自分の嗜好に基づいて1つまたはそれ以上のチャンネルまたはフィードをカスタマイズすることができる。事前に定義されるチャンネルまたはフィードのセットは、これらに限定されないが、人気のあるデータオブジェクト表現（例えば、所与の期間内にシステム上で多くの活動を受けた、もしくは多くの活動の対象となったデータオブジェクト）、販売促進データオブジェクト表現（例えば、チャンネルもしくはフィードに、そのデータオブジェクトとの関連でブランドから販売促進や取引が提供される；「Deals Channel」）、新しいデータオブジェクト表現（例えば本明細書に記載されるようにシステム上でこれまでに消費者ユーザに閲覧されていないデータオブジェクト）、すべてのデータオブジェクト表現、および／またはすべてのブランドデータオブジェクト表現、を含むことができる。さらに、事前定義されるチャンネルまたはフィードのセットはさらに、消費者ユーザに固有のチャンネルまたはフィードのセットを含むことができ、例えば、その消費者ユーザにとって新しいデータオブジェクト表現、その消費者ユーザが嗜好を表明したブランドのデータオブジェクト表現（例えば「My Brands Channel」）、その消費者ユーザのデータオブジェクト表現のリストの1つまたはそれ以上の集まり（例えば「My Lists Channel」）、システム上でその消費者ユーザに関連付けられている友達、フォロワー等の1つまたはそれ以上の集まり（例えば「My People Channel」）、「いいね」されたデータオブジェクト表現（例えば「My Likes」）、その消費者ユーザをフォローしている個人またはブランド（例えば「Following Me Channel」。その中の下位チャンネルは「People Following Me」および／もしくは「Brands Following Me」を含むことができる）、消費者ユーザがシステム内で働きかけたデータオブジェクト表現（例えば「My Activity Channel」）、ならびに／またはその消費者ユーザがシステム内でフォロー、「いいね」、もしくはその他の形で嗜好を表明したデータオブジェクト表現（例えば「My Following Activity」、「My Liked Activity」等）を含むことができる。さらに、消費者ユーザは、その消費者ユーザによって選択された基準に基づいて1つまたはそれ以上のカスタマイズされたチャンネルまたはフィードも定義することができる。例えば、消費者ユーザは、自分の興味関心事、例えばゴルフ、ランニング、料理等に関連するデータオブジェクト表現用のチャンネルを定義することができ、そのチャンネルには、消費者ユーザがその関心事に関連する嗜好を定義したデータオブジェクト表現がまとめられる（例えば「My Golf Channel」）。したがって、GUIは、消費者ユーザのGUIに複数のチャンネルまたはフィードを表示し、それらには事前定義かつ／またはカスタマイズされたチャンネルまたはフィードが含まれ、各チャンネルまたはフィードの内容はシステム上での各個々の消費者ユーザの嗜好に基づく。各チャンネルまたはフィードは個々に選択することができる。

【0174】

さらに、システムはインターフェース（104）を含み、それにより消費者ユーザはシステムならびに自分のプロフィールおよび嗜好と対話することができる。消費者GUIで、消費者は、システム上のアイテムおよびブランドの一覧を検索、閲覧、および表示することができ、また、下記で詳しく説明するように、個々のアイテムデータオブジェクト表

10

20

30

40

50

現、ブランドデータオブジェクト表現等を検索、閲覧、および表示することができ、そのオブジェクト表現は、フィルタリングされないか、かつ／または消費者ユーザの嗜好に基づいてシステムによってフィルタリングされる。さらに、消費者GUIで、消費者は、自分のシステム上でのプロフィールおよび嗜好を変更または編集することができる。同様に、インターフェースは、ブランドの代表者（「ブランドユーザ」）がそのブランドのためにシステムで生成されたブランド情報および／または対話データと対話できるように構成されたブランドGUIも含む。消費者インターフェースおよびブランドインターフェースについては下記でさらに詳しく説明する。

【0175】

本システムの使用を図1（b）に概略的に示す。消費者ユーザがシステム上でプロフィール（116）を作成する（プロフィールの設定プロセスについては下記でさらに詳しく説明する）。プロフィールは個別ユーザデータ（図1（b）には図示せず）の構成要素であり、個別ユーザデータは総合ユーザデータテーブル（117）の構成要素である。システムは、プロフィールで明らかにされた嗜好および興味関心に基づいて総合ユーザデータテーブルおよび総合ブランドデータテーブルをフィルタリングする（118）。消費者のカスタマイズされたデータテーブルがこのフィルタリングプロセスで作成され（119）、その結果が消費者GUIに表示される（120）。システムは、例えば消費者ユーザがシステムにログインするたびなど、周期的に総合ユーザデータテーブル、総合ブランドデータテーブル、および消費者プロフィールを照会して更新があるかどうかを調べ（121）、ユーザがシステムに入ると、プロセッサは、消費者GUIに表示されるデータを、リアルタイムで、または例えば毎分、5分、10分、30分、1時間等の周期で更新するようにプログラムされる。前回の照会以降に1つまたはそれ以上の更新がある場合は、消費者のカスタマイズされたデータテーブルが更新され（122）、更新がない場合は、消費者のカスタマイズされたデータテーブルは更新されない（123）。

【0176】

システム上のデータの転送および管理を図1（c）に概略的に示す。システム上の各データオブジェクト、ユーザ、提供者、アイテム、およびカテゴリは、システム内で一意的な識別子（ID）に関連付けられ、上記で図1（a）を参照して説明したように、各提供者はシステム内で個別提供者データテーブルに関連付けられる（124）。さらに、各ユーザ、アイテム、提供者、ブランド等は、システム内でデータオブジェクトに関連付けられ、各データオブジェクトは、システム上で総合データオブジェクトデータベース（125）（図1（a）の要素（105）の構成要素）に記憶される。上記のように、各提供者は、システム内で提供者プロフィールに関連付けられる（126）。各データオブジェクトは、それを作成したユーザ（または提供者）のユーザ識別子（ID）への参照、およびそのデータオブジェクト中で参照されるユーザ、提供者、アイテム、カテゴリ等の一意的なIDを含む。したがって、例えば、ユーザ識別子Aを持つユーザ（下記で「ユーザA」と参照する）が、ウェブページ（127）、モバイルアプリケーション用の表示（128）、または他の表示機構（129）を介してシステムにアクセスし、例えば、識別子Xを持つ提供者データオブジェクトをフォローすることを選択すると、システムが、識別子X'を持つ派生データオブジェクトを作成する（131）。この例では、データオブジェクトXがソースデータオブジェクトであり、派生データオブジェクトX'はソースデータオブジェクトXの派生物である。派生データオブジェクトX'は総合データオブジェクトデータベースに記憶される。システムは次いで、ユーザA、データオブジェクトX、およびデータオブジェクトX'（132）間の関連付けを作成し、その関連付けがグローバル追跡データベース（133）（これも図1（a）の要素（105）の構成要素である）に記憶される。したがって、この特定の例では、作成される関連付けは、次のデータ：ユーザA、データオブジェクトX、およびデータオブジェクトX'を含む。システムは次いで、システム上のユーザAのフォロワー、すなわちユーザB、C、およびDのデータセットを求めてグローバル追跡データベースを調べる（134）。ユーザAにフォロワーがない場合、派生データオブジェクトX'の表現は、ユーザAの1つまたはそれ以上のカスタマ

イズされた領域、チャンネル、またはフィード、例えばシステム上で行われた最近のユーザAの活動に関連する領域、チャンネル、および／またはフィードに表示される（135）。ユーザAにフォロワー、例えばユーザBがいる場合、システムは、派生データオブジェクトX'の表現を、システム上でユーザBにとって新しいデータオブジェクト表現を表示するように設計されたユーザBのカスタマイズされた領域、チャンネルまたはフィード（136）に表示する（137）；同様に、ユーザAにさらに他のフォロワー、例えばユーザCおよびDがいる場合、システムは、派生データオブジェクトX'の表現を、ユーザCのカスタマイズされたチャンネルまたはフィード、およびユーザDのカスタマイズされたチャンネルまたはフィードそれぞれに表示する。ユーザAおよび／またはデータオブジェクトX'に関連するグローバル追跡データベースにさらに他の関連付けが追加されると、システムは、その追加的な関連付けをグローバル追跡データベースで特定し（138）、追加的な関連付けのデータセットに更新があればNew Channelに表示する。

【0177】

さらに他の実施形態が図1（d）に示され、この実施形態ではユーザAがデータオブジェクトXの表現に「いいね」をする。上記のように、データオブジェクト表現をフォローする動作はシステム追跡嗜好に相当し、その結果、フォローされているデータオブジェクトに基づいて派生データオブジェクトを生成させるのに対し、データオブジェクト表現の「いいね」ではシステム追跡嗜好は生成されない。したがって、図1（d）に示すように、ユーザAがデータオブジェクトXの表現に「いいね」をすると、その嗜好が総合データオブジェクトデータベース内でデータオブジェクトXに関連付けられ、同様に、データオブジェクトXに対するユーザAの嗜好がユーザAのプロフィール（アイテム嗜好データテーブル（142）内の）に記憶されるが、システムは派生データオブジェクトは生成しない。ユーザAとデータオブジェクトXの間の関連付けが作成され、グローバル追跡データベースおよび／または追加的な追跡データベースに記憶され、追加的な追跡データベースは、グローバル追跡データベースの構成要素またはシステム内の別のデータベースである。システムは、データオブジェクトXの表現（140）をユーザAのGUI領域、チャンネル、またはフィードの1つまたはそれ以上（141）に表示すると共に、ユーザAのフォロワーの1つまたはそれ以上の領域、チャンネル、またはフィードに表示する。

【0178】

さらに他のデータ転送および管理の実施形態を図1（e）に概略的に示す。ユーザがウェブページ、モバイルアプリケーション、または他の表示機構を介してシステムに接触し、自分のNew Channelを見ることを選択すると（143）、システムは、以前にNew Channelに表示されたデータオブジェクトのデータセットを取り出し（144）、ユーザのNew Channelにこれまでに表示されていないオブジェクトを求めて総合データオブジェクトデータベースを照会し（145）、新しいデータオブジェクトのデータセットを生成し（146）、システム上で以前に表示または閲覧されたデータオブジェクトを削除し（147）、New Channelに新しいデータオブジェクト表現のデータセットを表示する（148）。総合データオブジェクトデータベースに新しいデータオブジェクトがない場合、システムは、New Channelが空であることを知らせるメッセージをGUIを介してユーザに表示する（149）。一実施形態では、システムは、例えば、データオブジェクトがGUIに表示されたことをブラウザのJavaScript（登録商標）を介して検出することにより、データオブジェクト表現がユーザに閲覧されたかどうかを判定することができ、サーバにメッセージが送信されて、New Channelのデータテーブルからそのデータオブジェクトを削除するようにシステムに指示する。New Channelが更新されると、そのデータオブジェクト表現はそれ以降表示されなくなる。あるいは、システムは、ブラウザでユーザが実際に「見た」ことを検出するのではなく、単にこれまでにNew Channelに提示されたデータオブジェクトの記録を維持し、一旦提示されると、そのデータオブジェクトへの参照がNew Channelのデータテーブルから削除される。さらに別の代替実施形態では、システムは、New Channelに最初に表示されてから例えば1週間、1

か月、3か月等の選択された時間以内にデータオブジェクトへの参照を削除することができる。

【0179】

システム上のデータ転送および管理のさらに他の例示が図1(f)に概略的に示される。ユーザAは、(i)自分のGUI(104)でシステムと接触し、提供者Zによって作成されたデータオブジェクトであるデータオブジェクトXの表現をフォローすることを選択する(130)。上記のように、提供者Zはデータテーブル(112)で表され、データテーブル(112)は、提供者ZのIDを含むプロフィール(126)と、提供者Zのアイテムカタログ(113)(カタログ中の各アイテムは一意的なアイテムIDを持つ)と、連絡先、フォロワー、フォロー中のユーザのデータテーブル(114)と、興味関心事および／またはカテゴリごとの関心事IDおよび／またはカテゴリID、ならびに提供者Zの興味関心事および／またはカテゴリにある各製品の一意的なアイテムIDを含む興味関心事および／またはカテゴリデータテーブル(115)とを含む。ユーザAがデータオブジェクトXの表現をフォローすることを選択すると、その嗜好が(ii)ユーザAのデータテーブル(106)に記憶され、このデータテーブルは、ユーザID、ユーザAの連絡先、フォロワーを含むユーザAのユーザプロフィール(107)と、フォロー中のユーザのデータテーブル(110)と、ユーザAの嗜好(109)とを含む。総合データオブジェクトデータベース(125)に記憶されたデータオブジェクトXが、システムのフィルタリングおよび分析プログラム(105)によって使用されて、(iii)識別子X'を持つ派生データオブジェクトを生成する(131)。派生データオブジェクトX'も総合データオブジェクトデータベースに記憶される。システムは次いで、(iv)ユーザA、データオブジェクトX、およびデータオブジェクトX'間の関連付けを作成し(132)、その関連付けが(v)グローバル追跡データベース(133)(これも要素(105)の一構成要素である)に記憶される。システムは次いで、グローバル追跡データベースを調べて、(vi)システム上のユーザAのフォロワー、すなわちユーザB、C、およびDのデータセットを生成する(134)。システムは、(vii)システム上でそれぞれユーザB、C、およびDにとって新しいデータオブジェクト表現を表示するように設計されたB、C、およびDのカスタマイズされた領域、チャンネル、またはフィード(それぞれ149、150、および151)で、ユーザAのフォロワー、例えばユーザB、C、およびCに派生データオブジェクトX'の表現を表示する。

【0180】

図1(c)～(f)に示すように、グローバル追跡データベースは、システムがデータオブジェクト、ユーザ、提供者、カテゴリ等の間の関係を特定できるようにする単純な編成構造を提供する。それにより、システムは、データオブジェクト、ユーザ、提供者、カテゴリ等の間で進展する関係のネットワークを追跡することができる。例えば、図1(g)および上記の例に示すように、ユーザA、データオブジェクトX、および派生データオブジェクトX'の間に関連付けが作成される(132)。システムは次いで、グローバル追跡データベースでユーザAのフォロワー／フォロワー相手(followee)を照会し、ユーザAのフォロワー／フォロワー相手であるユーザB、C、およびDのデータセットを特定し(168)、ユーザAのフォロワー／フォロワー相手をA-X-X'の関連付けに関連付け(169)、次いで、ユーザA、ユーザB、C、およびDのフォロワー／フォロワー相手を派生データオブジェクトX'に関連付ける(170)。この反復的なプロセスは、新しい関連付けがグローバル追跡データベースに追加されるのに伴って継続的に使用される。

【0181】

データオブジェクトとそれに付属するデータオブジェクト表現の一例を図1(h)に示す。データオブジェクトXはデータベース(152)であり、これは、アイテムID(153)、見出し(154)、アイテムの説明(155)、価格(156)、場合により画像および／または媒体(157)、コメントフィールド(158)、提供者ID(159)、場合によりアイテムに関連付けられたカテゴリのカテゴリID(160)、場合により例えば製品ウェブサイト、提供者のウェブサイト、再販業者／販売業者のウェブサイト

等のウェブサイトへのハイパーリンク（１６１）、ならびに、システム上の１人またはそれ以上のユーザおよび／または提供者がそのデータオブジェクトと行った１つまたはそれ以上の対話（または対話データ）（１７１）を含む。上記のように、１つまたはそれ以上の対話は、これらに限定されないが：データオブジェクト表現を見ること、データオブジェクト表現に対する嗜好を表明すること、データオブジェクト表現についてコメントすること、データオブジェクト表現に関する会話に参加すること、データオブジェクト表現に関する意見を提供すること、データオブジェクト表現の評価を提供すること、データオブジェクト表現をクリックして追加的な詳細を見ること、データオブジェクト表現をクリックして第１のブランドに置かれている情報を見ること、データオブジェクト表現に関する調査に参加すること、データオブジェクト表現に関してブランドにさらに多くの情報を要求すること、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第三者の小売業者／再販業者から購入すること、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムを直接そのブランドから購入すること、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムを個人から購入すること、データオブジェクト表現に関する競売に参加すること、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムを無料、貸し付け、販売、リース、および／もしくはレンタルで提供すること、データオブジェクト表現に表示された商品アイテムの購入を要求すること、データオブジェクト表現に表示された取り扱いが中止された商品アイテムをブランドおよび／もしくはその公認小売業者／再販業者が再開することを要求すること、データオブジェクト表現に関する製品のアイデア、改良、および／もしくは改善をブランドに提案すること、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

10

20

【０１８２】

システムは、データオブジェクトに含まれるデータを抽出して、データオブジェクトXの表現（１６２）を生成し、この表現は、見出し（１６３）、アイテムの説明（１６４）、価格（１６５）、画像および／または媒体（１６６）、コメントフィールド（１６７）、場合によりウェブサイト、例えば製品のウェブサイト、提供者のウェブサイト、再販業者／販売業者のウェブサイト等（図示せず）へのハイパーリンク、ならびにデータオブジェクト表現との１つまたはそれ以上の対話（１７２）を含む。データオブジェクト表現は、データベースに保持されているデータセット全体よりも少ない情報を含むこともでき、例えば、アイテムID、提供者ID、およびカテゴリIDの視覚的表現を省略してもよい。

30

【０１８３】

図１（h）を参照して本明細書で説明されるように、各データオブジェクトはそのデータオブジェクトについての対話データを含む。システムは、総合データオブジェクトデータベースにある各データオブジェクトについてすべての対話データを記憶するグローバル対話データデータベースも含む。グローバル対話データデータベースは、グローバル追跡データベースの下位構成要素とするか、またはシステム上で維持される別のデータベースとすることができる。システムは、グローバル対話データデータベースに記憶された対話データを使用して、本明細書に説明されるように、システムに参加する提供者に販売活動データを生成する。特定の例では、データオブジェクトXの表現が１０回「いいね」されており、ユーザAもデータオブジェクトX表現に「いいね」をすると、システム上でデータオブジェクトXの表現に「いいね」をしたユーザの数は１１人に増える。ユーザAがデータオブジェクトXの表現の「いいね」を取り消すと、データオブジェクトXの表現に「いいね」をしているユーザの数は１０人に減る。使用状況の統計および他の分析を提供者に報告するために、システムは、データオブジェクトとの対話の回数、例えばこの特定の例ではデータオブジェクトXの表現がシステム上でこれまでに受けた「いいね」の総数（１１）を、データオブジェクトXの表現がシステム上でこれまでに受けた「いいねを取り消す」の総数（１）と共に記録して、現在の「いいね」の数が１０になるようにする。「１０」が、データオブジェクトX表現のフィールド（１７２）に表示される「いいね」の数である。データオブジェクト表現との各対話は、そのデータオブジェクト表現と対話したユーザのユーザIDおよびそれが発生した日付と共に、一つ一つグローバル対話データ

40

50

データベースに記録される。それにより、システムが提供者に統計を表示し、ユーザ活動の時系列の分析を行うことが可能になる。

【0184】

特定の一例では、ユーザがどのようにデータオブジェクト表現と対話しているかを提供者が把握したい場合、システムは、グローバル対話データデータベースで、システム上でそのデータオブジェクト表現に関してユーザによって行われた対話のセットを照会することができる。システムで生成される対話のセットは、そのデータオブジェクトに関連付けられたコメント、評価、「いいね」、共有、フォロワー等の数を含む。対話のセットは、そのデータオブジェクトのクリックスルー率、そのデータオブジェクトに関連付けられた購入数等も含む。提供者は、特定のデータオブジェクトに関連する対話データセットを、提供者のカatalogや競合提供者のカatalogにある他のデータオブジェクトや、その特定のデータオブジェクトと同じ製品カテゴリにあるデータオブジェクト等と比較することもできる。上記および下記でさらに詳しく説明する他の販売活動分析は、データオブジェクトに関連付けられグローバル対話データデータベースに記憶された対話データを使用して調査することができる。

10

【0185】

消費者ユーザプロフィールおよびインターフェース

消費者ユーザは、サインインや、アイテム／ブランドの嗜好および／もしくは関心を指定する、または個人情報を提供することなく、このシステムを使用することができる。この実施形態では、システムは、未登録の消費者ユーザでもシステムのコンテンツを見られるようにするが、未登録の消費者ユーザのアクセス権は、システムの機能のうち制約のない機能に限定することができる。例えば、未登録の消費者ユーザは、総合ブランドデータテーブルおよび／または特定のブランドデータテーブルを検索する、アイテムおよび／またはブランドの詳細（それぞれアイテムまたはブランドのデータオブジェクト表現）を見る、全ユーザ間で行われている消費者ユーザおよびブランドユーザの活動を見る等ができるのに対し、登録した消費者ユーザは、1つまたはそれ以上のアイテムおよび／またはブランドリストを作成したり、システム内で1つまたはそれ以上のアイテム、ブランド、および／または個人をフォローすること等ができる。

20

【0186】

好ましい実施形態では、消費者ユーザは、システム上でプロフィールを作成し、このプロフィールは、ユーザの名前、電子メール、パスワード、および場合により1つまたはそれ以上の追加的なフィールド、例えば住所、電話番号、性別、誕生日、およびその個人収入または世帯収入、雇用情報、別のソーシャルネットワークキングウェブサイトへの参照、年齢確認情報、例えば運転免許証番号や他の形態の個人識別、ニックネーム、アバター、出生地、職業、趣味、出身校、婚姻状況、1人またはそれ以上の血縁者の年齢および身元等を含む消費者ユーザプロフィールを含む。システム上でプロフィールを作成する方法が図2(a)に示される。未登録の消費者ユーザがシステムにアクセスし(201)、場合により、システムのデモンストレーションを見ることによりシステムについて知る機会を与えられる(202)。消費者ユーザがデモンストレーションを見ることを選択すると、システムはデモンストレーションをユーザに表示し(203)、未登録ユーザ用の最初のランディングページにユーザを誘導する(201)。また、消費者ユーザには、システムに参加している様々なブランドを見る選択肢が与えられ(204)、場合により、検索可能なブランド一覧を表示するようにシステムに指示し(205)、かつ／または消費者ユーザは、単に、システムに参加しているブランドを総合ブランドデータテーブルで検索することができる。消費者ユーザには、システム上でプロフィールを作成する機会が与えられ(206)、それが選択された場合、システムはサインアップ画面(209)を表示し、この画面は、その消費者ユーザを識別するために後にシステムが使用する情報を含む(210)。

30

40

【0187】

一実施形態では、プロフィール作成プロセスは、1つまたはそれ以上の興味カテゴリへ

50

の関心と、例えばユーザの趣味や職業等に関して、消費者ユーザから情報を収集することを含む。図3(a)はシステム上でプロフィールを作成する一方法の説明図である。図3(a)はプロフィール作成画面の一例である。モジュールが一連の興味関心事を表示し(301)、消費者ユーザが自身が好む興味関心事を選択する。モジュールは次いで、選択された興味関心事のカテゴリに該当する一連のブランドを表示することができ、消費者ユーザは、自分が関心を持たない興味カテゴリにあるブランドの選択を取り消すことができる(302)(図3(b))。同様に、モジュールは、消費者ユーザがシステムをソーシャルネットワークングサイト内の自分の連絡先にリンクすると、その消費者ユーザがフォローしている人々のアバターを表示することができ、消費者ユーザはシステム上でフォローしたくない人物の選択を取り消すことができる(図示せず)。さらに、モジュールは、消費者ユーザが自分の興味関心事に照らして作成したいと思う可能性のある1つまたはそれ以上のリストを表示することができ、消費者ユーザは、システム上でデータを入れたいと思わないリストの選択を取り消すか、かつ／またはシステム上でデータを入れたい新しいリストを作成することができる(図3(c))。

【0188】

図3(d)は、消費者ユーザがシステム上でどのようにプロフィールを作成することができるかを模式的に説明する図である。一実施形態では、消費者ユーザはソーシャルネットワークングサイトにサインインし(303)、システムのサインイン画面に誘導される(304)。消費者ユーザは、自身のソーシャルネットワークのログインの資格証明を入力するように促され(305)、システムは、ソーシャルネットワーク(307)に接続して(306)、その資格証明が有効であることを確認する(308)。資格証明が有効でない場合、システムは、そのソーシャルネットワークの資格証明を使用せずにログインするように消費者ユーザを促す。資格証明が有効である場合、システムは、総合消費者データテーブルを照会して(309、310)、その消費者ユーザがシステム上に既存のプロフィールを持っていることを確認する(311)。消費者ユーザが既存のプロフィールを持っている場合(312)、システムは、消費者ユーザプロフィールデータテーブル(314)から取り出される情報に基づいて、そのプロフィールに対応する消費者ユーザのランディングページを表示する(313)。消費者ユーザが既存のプロフィールを持っていない場合、システムは、その消費者ユーザにシステム上の新しいプロフィールを作成し、プロフィール情報をその消費者ユーザの消費者プロフィールデータテーブルに記憶する。システムは、上記で図3(a)～(c)を参照して説明したように、消費者ユーザが自分の好きなものを選べるようにブランドおよび／またはアイテムカテゴリの1つまたはそれ以上の一覧を消費者ユーザに提示し(315)、プロセスのこの段階で提示されるブランド、ブランドカテゴリ、アイテム、およびアイテムカテゴリに関する情報は、総合ブランドデータテーブルから供給される(316)。システムは、下記で説明する、お気に入りウィザード(318)と呼ばれる、好きなものの選択(317)を容易にする機能も含む。消費者ユーザは、好きなブランドおよびアイテムカテゴリを選択する(319)と共に、任意選択の下位カテゴリ(図示せず)も選択し、システムは、このプロセスの情報を総合ブランドデータテーブルから取り出し(320)、その結果をその消費者ユーザの消費者ブランド嗜好データテーブルに保存する(321)。このプロセスが完了すると、消費者ユーザプロフィールが作成されている(322)。

【0189】

消費者ユーザがあるデータオブジェクトに対する嗜好を表明すると、システムソフトウェアが、総合消費者データテーブル、個別消費者データテーブル、総合ブランドデータテーブル、および／または個別ブランドデータテーブルに記憶されたフォロー相手／フォロー関係を照会することにより、そのデータオブジェクトを表示すべき消費者ユーザのGUI、チャンネル、またはフィードを決定する。例えば、消費者ユーザのボブがシステム上でブランドYの靴をフォローし、ブランドYが新しい靴のデータオブジェクトを追加すると、システムは、総合消費者データテーブル、個別消費者データテーブル、総合ブランドデータテーブル、および／または個別ブランドデータテーブルを照会して、ボブがブラ

ンド Y の靴に対して表明した嗜好を探し、新しい靴のデータオブジェクトが、ボブの消費者ユーザ G U I の 1 つまたはそれ以上の領域、チャンネル、またはフィードに表示されるようにする。システムは、データオブジェクトへの参照を、該当する事前定義またはカスタマイズされたチャンネルまたはフィードのデータテーブルにコピーし、事前定義またはカスタマイズされたチャンネル各々に関連付けられた消費者ユーザは、そのチャンネルまたはフィードの G U I を次回更新した時にその新しいデータオブジェクトを見ることになる。さらに、これまでに消費者ユーザに見られていないデータオブジェクト表現を表示するためのチャンネルまたはフィード（例えば「New Channel」）について、あるデータオブジェクトが所与の消費者ユーザによって見られた、かつ／または以前にシステムによりその消費者ユーザの G U I で消費者ユーザに提示されたシステムが判定すると、システムは、New Channel のデータテーブルから参照を削除することによりそのデータオブジェクトを New Channel から取り除く。一実施形態では、システムは、例えばデータオブジェクトが消費者ユーザの G U I に表示されたことをブラウザの J a v a S c r i p t （登録商標）を介して検出することによりデータオブジェクトが消費者ユーザによって見られたかどうかを判定することができ、サーバにメッセージが送信されて、New Channel のデータテーブルからそのデータオブジェクトを取り除くようにシステムに指示する。New Channel が更新されると、そのデータタイトルは以降表示されなくなる。あるいは、システムは、消費者ユーザが自身のブラウザで実際に「見た」ことを検出するのではなく、代わりに、単に New Channel にこれまでに提示されたデータオブジェクトの記録を維持し、一度提示されると、そのデータオブジェクトへの参照が New Channel のデータテーブルから削除される。さらに別の代替方式では、システムは、New Channel に最初に表示されてから選択された時間内、例えば 1 週間、1 か月、3 か月等の間にデータオブジェクトへの参照を削除することもできる。

【0190】

図 3（e）は、上記で参照したお気に入りウィザード（318）を示す図である。お気に入りウィザードは、総合ブランドデータテーブル（320）から取り出される情報に基づいて、消費者ユーザにすべての興味カテゴリの表示を提示する（319）。消費者ユーザは、好きな興味カテゴリ（321）と、場合により下位カテゴリ（322）を選択し、それらの選択結果は消費者プロフィール（323）に保存される。システムは、場合により、アイテム／ブランドの提案を生成するためにシステムが使用できる任意選択の情報、例えば消費者ユーザの職業、平均世帯収入、自宅の所有権、購入の責任、子供、婚姻状況等に関する 1 つまたはそれ以上のフィールドを提示することができる（324）。消費者ユーザがプロフィールに任意選択の情報を含めることを選択すると、ユーザはその情報を入力し（325）、情報は消費者プロフィール（323）に保存される。システムは、場合により、消費者ユーザから提供された任意選択の情報および総合ブランドデータテーブル（326）に保持されている情報に基づいて追加的な興味カテゴリおよび／またはブランドの提案（327）を生成し、消費者ユーザはその追加的な提案（328）から選択して、消費者ユーザプロフィール（323）に記憶されるプロフィールを生成する。

【0191】

さらに他の実施形態では、お気に入りウィザードは、消費者ユーザのプロフィール情報、例えば年齢層、性別、興味関心事を、システム上の類似する消費者ユーザのアイテムおよび／またはブランドの選択と比較することもでき、システムがその比較に基づいて提案を表示する。例えば、消費者ユーザが 45 歳の男性でゴルフに興味がある場合、システムは、システム上の同じ年齢層の他の男性の消費者ユーザで、同じくゴルフへの関心を表明しているユーザのアイテム／ブランドの嗜好を調査し、それらの他の消費者ユーザが選択しているアイテムおよび／またはブランドを、提案されるお気に入りとして表示する。

【0192】

以下の例は、上記で説明し、図 3（a）～（e）に示したプロフィール作成システムを説明するものであり：消費者ユーザが 1 つまたはそれ以上の好ましい興味カテゴリ、例え

10

20

30

40

50

ばスポーツおよびアウトドアを特定し、システムは、例えばスポーツおよびアウトドアのカテゴリにある1つまたはそれ以上の好ましい興味関心事の下位カテゴリを表示し、消費者ユーザは、チームスポーツ、運動およびフィットネス、アウトドアの娯楽、運動およびアウトドア用衣料等への関心を指定することができる。選択された追加的な興味カテゴリごとに、消費者ユーザは、場合により、例えば玩具のカテゴリ内で興味関心事の下位カテゴリを選択することができ、消費者ユーザは、ビデオゲーム、人形、および／または組み立て玩具への関心を指定することができ、小型消費者家電のカテゴリでは、カメラ、電話機、および／またはラジオへの関心を指定することができる。各好ましい興味関心事の下位カテゴリはさらに追加的な下位カテゴリに分けることができ、例えばカメラの下位カテゴリでは、消費者ユーザはデジタルカメラ、SLR、ビデオカメラ等への関心を指定することができる。システムは1つまたはそれ以上の事前定義された興味カテゴリおよび下位カテゴリを含めることができ、かつ／または、消費者ユーザが消費者ユーザに固有の興味カテゴリおよび下位カテゴリを定義することができる。上記のように、各カテゴリ（および下位カテゴリ）は一意的なIDを含み、そのカテゴリに関連付けられた製品および／またはブランドも一意的なIDを含む。したがって、消費者ユーザがシステム上で特定のカテゴリの製品に対する嗜好を表明すると、システムによってユーザIDとカテゴリIDとの間に関連付けが作成され、システムはその関連付けを使用してそのカテゴリに含まれるアイテムIDを特定し、それらのアイテムIDをユーザに表示する。したがって、システムは、一意的なユーザID、カテゴリID、およびそのカテゴリ内のアイテムIDを一致させて、ユーザの嗜好に合致する、特化したデータオブジェクトのサブセットを生成する。

10

20

【0193】

消費者ユーザが興味カテゴリおよび／または1つまたはそれ以上の下位カテゴリを選択すると、選択画面が更新されて、システムに参加しているブランドの中で、消費者ユーザによってハイライト表示された興味カテゴリおよび／または下位カテゴリ内に分類されている代表的なブランドを表示する。一実施形態では、ブランドは、追加料金を払うことにより選択画面で目立つように表示されることができ、例えば、選択された興味カテゴリに分類された代表的なブランドの第1のグループ化の中に表示されるようにすることができる（これは下記で詳しく説明するアイテムを「宣伝強化（feature）」する一方式の例である）。興味カテゴリ選択の工程は、選択プロセス中のいつでも消費者ユーザによって更新することができる。個々のブランドロゴを使用して様々な代表的ブランドを選択画面に表示することができ、またはフィールドがブランド名によるブランドの一覧を含むことができる。消費者ユーザは、プロフィール設定に提供されるリストから1つまたはそれ以上のブランドを選択および／または選択解除することができ、すなわち好きなブランドを選択する、かつ／または、消費者ユーザがシステム上で閲覧したくないブランドを削除することができる。あるいは、消費者ユーザは、プロフィール設定に提供されたリストでブランドの選択および／または選択の取り消しをする必要が一切なく、その場合、消費者ユーザは、その消費者ユーザが選択した一般的な興味カテゴリ／下位カテゴリに分類されたすべてのブランドからの情報を見ることができる。例えば、消費者ユーザは、任意のブランドまたは特定のデザイナーの女性用衣料への関心を指定することができる。また、消費者ユーザは、特定の製造者の女性用衣料の選択を取り消すことができ、するとシステムが指示されて、その消費者ユーザの結果をフィルタリングしてその製造者をその消費者ユーザの表示から除外する。さらに、消費者ユーザは、プロフィール設定中の任意の時にブランド選択プロセスのすべてまたは一部を更新することができる。

30

40

【0194】

それに加えて、またはそれに代えて、消費者ユーザは、特定の興味カテゴリを全く参照せずに、プロフィール設定時に1つまたはそれ以上のブランドを選択することもできる。その実施形態では、システムが、システムに参加しているブランドの一覧を提示し、消費者ユーザが関心のあるブランドを選択する。ブランドの一覧は、例えばアルファベット順や1つまたはそれ以上の興味カテゴリに分類するなど、任意の順序で消費者ユーザに表示

50

することができる。消費者ユーザは、システムがブランドのアイテム提供の結果をフィルタリングしてその消費者ユーザがすでに所有しているアイテム／ブランドを除外できるように、自身がすでに所有しているアイテム／ブランドや体験しているアイテム／ブランドに関する情報を提供することもできる。これに関して、システムは、必ずしもシステムや一般市場で新たに発売されたアイテムでなくとも、所与の消費者ユーザにとって新しいアイテムを含む、的を絞った買い物の結果を提供することができる。

【0195】

システムは、消費者ユーザの買い物の嗜好に関してシステムにより多くの情報を与える可能性のある追加的な情報を、消費者ユーザから収集することができる。例えば、システムは、職業、収入、自宅の所有権、消費者ユーザが主として世帯用の買い物をする責任を負っているかどうか、ならびに消費者ユーザに子供がいるかどうかおよび子供のおよその年齢層に関する情報を収集することができる。消費者ユーザが主として世帯用の買い物をする責任を負っているかどうかについての情報は、消費者ユーザは家庭用アイテムに関心を持たない可能性もあるものの、主に世帯の買い物をする者として、例えば家庭を維持することに関連する製品やサービスなど、家庭用品に関連するアイテムや掃除用品等には関心を持つと思われるためである（消費者ユーザは、そのようなアイテムについての情報を受け取ることに関心がない場合は、そのような情報を提供しないことを選択することもできる）。同様に、消費者の子供の数についての情報は、消費者ユーザがプロフィール作成プロセスの別の段階でそのようなアイテムについての関心を必ずしも表明していなくとも、消費者の関心が例えば衣料や玩具など子供向けのアイテムに及ぶ可能性があることをシステムおよび／またはブランドに知らせることができる（消費者ユーザは、そのようなアイテムについての情報を受け取ることに関心がない場合は、そのような情報を提供しないことを選択することもできる）。そのような追加的情報の任意選択のカテゴリをユーザのプロフィールに追加して、システムがユーザに表示できるデータオブジェクトの範囲を広げることができる。

【0196】

消費者ユーザは、1人またはそれ以上の連絡先のリストを自分のプロフィールに含めることもできる。連絡先はシステムの消費者ユーザである必要はない。好ましい実施形態では、消費者ユーザの連絡先の1人またはそれ以上もシステムの消費者ユーザ（「他の消費者ユーザ」）である。一実施形態では、消費者ユーザの連絡先データテーブルは、ソーシャルネットワーキングウェブサイトの消費者ユーザの連絡先データテーブルにある1人またはそれ以上の連絡先を取り込むことによって埋めることができる。それに代えて、またはそれに加えて、連絡先データテーブルは、電子メール交換システムの消費者ユーザの連絡先データテーブルから1人またはそれ以上の連絡先を取り込むことによって埋めることもできる。一実施形態では、連絡先データテーブルは、その消費者ユーザがフォローしている個人および／もしくはブランドのリスト、ならびに／またはその消費者ユーザをフォローしているブランドおよび／もしくは個人のリストを含む。あるいは、消費者ユーザのプロフィールは、その消費者ユーザがフォローしている個人および／もしくはブランドのリスト、ならびに／またはその消費者ユーザをフォローしているブランドおよび／もしくは個人のリストを含むフォロー／フォロワーデータテーブルを含むことができ、フォロー／フォロワーデータテーブルは連絡先データテーブルとは分かれている。

【0197】

このシステムでは、消費者ユーザが、システムを介して連絡先またはソーシャルネットワーキングサイトの連絡先との対話を管理できるようにすることができ、例えば、特定のソーシャルネットワーキングサイトに参加している本システム上のすべてのユーザを閲覧、検索する、ソーシャルネットワーキングサイトを介して他のシステムのユーザに連絡先になるように誘う、本システムを介して友達の招待を承認および／もしくは拒否する、システム上の連絡先リストから連絡先を削除する、本システムを介して連絡先もしくはそれらのネットワークにいる1人またはそれ以上の連絡先にプライベートメッセージを送る、連絡先のネットワーク内にいる連絡先からの本システムを通じた通信をブロックする、かつ

／または、システム上での友達もしくは連絡先の不正行為をシステム管理者に報告することができる。さらに、消費者ユーザは、自分の連絡先リストを格子またはリスト形式で見る、連絡先または連絡先リストを名前または名字のアルファベット順で並べ替える、連絡先もしくは連絡先リスト、グループの連絡先もしくは1つまたはそれ以上のリストの連絡先にキーワード（または名前）検索を行い、連絡先または連絡先リストをフィルタリングしてすべての連絡先、最近追加された連絡先、および／またはプロフィールが更新されている連絡先等を表示する、1つまたはそれ以上の好ましいリスト、例えばギフトリストおよび／またはウォッチリストに連絡先リストから連絡先を追加することができる。

【0198】

また、消費者ユーザは、自分の好きな興味関心事、アイテムおよび／またはブランドを入れた1つまたはそれ以上のリストを、自分の消費者ユーザプロフィール中に作成することもできる。各個別消費者プロフィールは、消費者ユーザの購入の嗜好、例えばブランドの嗜好、アイテムの嗜好、および興味カテゴリを含む1つまたはそれ以上の追加的なデータテーブルを含む。1つまたはそれ以上の追加的なデータテーブルは、消費者ユーザによって定義された任意の方式で編成された1つまたはそれ以上のアイテムリストを含むことができる。例えば、消費者ユーザは、1つまたはそれ以上のリストを作成することができ、それらのリストは、これらに限定されないが：欲しいアイテム、所有しているアイテム、使用したことがあるアイテム、好きなアイテム、第三者に対して消費者が特定したアイテム、消費者が閲覧したアイテム、連絡先との間で消費者が共有またはコメントしたアイテム、消費者との間で連絡先が共有またはコメントしたアイテム、およびすべてのアイテムを含み、また1つまたはそれ以上のブランドリストも含み（これも消費者ユーザによって定義された任意の方式で編成される）、ブランドリストは、これらに限定されないが：欲しいブランド、所有しているブランド、使用したことがあるブランド、好きなブランド、第三者に対して消費者が特定したブランド、友達との間で消費者が共有またはコメントしたブランドデータオブジェクト表現、消費者との間で友達が共有またはコメントしたブランドデータオブジェクト表現、およびすべてのブランドを含む。

【0199】

例えば、消費者ユーザは、特定の理由のためのアイテムのリスト、例えば欲しいもののリスト、ギフトリスト、誕生日リスト、および／または祝日用リスト等を1つまたはそれ以上作成することができる。本明細書で使用される場合、欲しいもののリストは消費者ユーザが欲しいと思っているアイテム／ブランドのリストであり、ギフトリストは、第三者への贈答品として消費者ユーザが欲しいと思う可能性のあるアイテム／ブランドのリストである。誕生日リストおよび祝日用リストはそれぞれ、特定の機会のために作成することができる特化されたギフトリストの例である。一実施形態では、消費者ユーザは、自身の消費者ユーザプロフィール中にある1つまたはそれ以上のリストへのアクセス権を1人またはそれ以上の連絡先に与えることができる。例えば、消費者ユーザは、自分のプロフィールにあるリストのうち限られた数のリスト、例えば欲しいもののリストもしくはギフトリストだけへのアクセス権を友達に与えることができ、または連絡先の1人またはそれ以上にはすべてのリストへの完全なアクセス権を与えることができる。これに関して、友達に与えられるアクセス権は閲覧のみのアクセスとすることも、または消費者ユーザのリストにあるアイテムの1つまたはそれ以上についてコメントする許可を消費者ユーザから友達に与えることもできる。例えば、消費者ユーザが任意のイベントのための欲しいもののリスト、例えば結婚レジストリや出産レジストリなどを作成した場合、消費者ユーザは、そのレジストリへのアクセス権を1人またはそれ以上の連絡先に与えることができ、その連絡先には、レジストリにある1つまたはそれ以上のアイテムを自身が購入したかどうかを知らせることを許可することができ、場合により、名前で自身を識別することができる。さらに、消費者ユーザのプロフィールは、消費者ユーザがブックマークしているシステム上で入手可能なアイテムおよび／またはブランドページのリストも含むことができ、その消費者ユーザのブックマークへのアクセス権を1人またはそれ以上の連絡先に与えることができる。

10

20

30

40

50

【0200】

アイテムおよび／またはブランドのデータオブジェクト表現について、消費者ユーザは、コメントを提供する、レビューを書く、かつ／またはアイテムもしくはブランドを評価付けすることができる。ブランドまたはアイテムに関する1人のユーザから別のユーザへのコメントは任意の内容とすることができ、これらに限定されないが、そのアイテムを自分または人のために購入することを勧める提案、あるユーザがそのアイテムを好きである、または好きでない旨の通知、あるユーザが別のユーザからアイテムを購入したい旨の通知等が含まれる。アイテム／ブランドの評価およびレビューについての以下の属性を、消費者ユーザが自身のコメントおよび／またはレビューに含めることができる：消費者ユーザの名前入りまたは匿名の評価、コメントまたはレビューをした日付、評価（例えば1～5個の星の数による方式や、システムによって作成された別の評価システム）、ならびにコメントおよび／またはレビューの文章。好ましい実施形態では、消費者ユーザは、アイテムおよび／またはデータオブジェクト表現についてのコメントを提供することができ、その消費者ユーザの連絡先も同じことをすることができる。ブランドも、アイテムおよび／またはブランドのデータオブジェクト表現についてのコメントを含めることができる。フィルタリングプログラムはシステム上の個々の消費者ユーザに関連する情報を選択するように構成されるので、連絡先、フォロワー、および／またはその特定の消費者ユーザにフォローされている者、ならびに／またはその消費者ユーザが関心を表明しているブランドから提供されたコメントだけが、その特定の消費者ユーザのインターフェースに表示される時にそのアイテムおよび／またはブランドに対応するデータオブジェクト表現に表示される。

10

20

【0201】

また、上記のように、消費者ユーザは次のようにデータオブジェクト表現と対話することもできる：1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現を見る、嗜好を表明する、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現および／もしくは派生データオブジェクト表現についてコメントする、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現もしくは派生データオブジェクト表現に関する会話に参加する、意見を提供する、評価を提供する、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現をクリックしてさらなる詳細を見る、1つまたはそれ以上のデータオブジェクトをクリックして第1のブランドに置かれている情報を見る、調査に参加する、さらなる情報を要求する、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを第三者の小売業者／再販業者から購入する、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムをブランドから直接購入する、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを個人から購入する、競売に参加する、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムを無料、貸し付け、販売、リース、および／もしくはレンタルで提供する、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された商品アイテムの購入を申請する、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に表示された取り扱いが中止された商品アイテムを第1のブランドおよび／もしくはその公認小売業者／再販業者が再開することを要求する、サブセット中の1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現に関して製品に関するアイデア、改良、および／もしくは改善を第1のブランドに提案する、1つまたはそれ以上のリストからデータオブジェクト表現を削除する（「リストから削除（de-listing）」する）、個人もしくはグループとデータオブジェクト表現を共有する、例えばデータオブジェクト表現（もしくはデータオブジェクトへのハイパーリンク）を電子メールで送信する、そのデータオブジェクトへのハイパーリンクをソーシャルネットワーキングシステム等を含める、データオブジェクトの「いいね」を取り消す、例えば消費者ユーザのプロフィール中の「いいね」したデータオブジェクト表現のリストからそのデータオブジェクト表現を削除する、「友達関係を取り消す」、例えば消費者ユーザのプロフィールの「友達」のリストからそのデータオブジェクト表現を削除する、またはそれらの組み合わせ。

30

40

【0202】

50

消費者ユーザが消費者ユーザプロフィールとシステムプロフィールを作成すると、その消費者ユーザから提供された情報がネットワークによって整形されて、消費者ユーザのプロフィールに合わせた消費者ユーザGUIまたは消費者ユーザのランディングページ（または「ホームページ」）を作成する。消費者ユーザGUIのランディングページの非制限的な例を図4（a）～（f）に示す。GUIは、検索フィールド（402）および任意選択の消費者のアバター（403）を含む見出し（401）を含み、このアバターにより、そのアバターで表される消費者に合わせてシステムによってカスタマイズされたGUIとして消費者ユーザGUIが識別される（代替実施形態では消費者のアバターの代わりにユーザ名フィールド（図示せず）を用いることもできる）。一連のデータオブジェクト表現が図4（a）（404）に示され、より詳細なデータオブジェクト表現の表示が図4（b）に示され、ここでは、データオブジェクト表現は、アイテムの選択可能な共通の視覚的表現を含み、視覚的表現は、アイテムの画像（405）、見出し（406）、価格（407）、およびコメントフィールド（408）を含み、コメントフィールドは、データオブジェクト表現に表されるアイテムの提供元ブランド（409）を含む個々の消費者ユーザの連絡先またはフォロワーからのコメントを含むと共に、コメントフィールドにコメントを追加するためにユーザが選択できるフィールド（410）を含む。追加的なアイテムのデータオブジェクト表現が411に示され、これは消費者ユーザが関心を表明したアイテムまたはブランドに関連する販売促進情報を含んでいる。消費者ユーザインターフェースは活動フィード（412）も含むことができ、これは、消費者ユーザがこれまでにシステム上で関与した活動および／または消費者ユーザの連絡先もしくはフォロワーの活動に関する情報を提供する。活動フィードは、古い順、新しい順、無作為の順序、または消費者ユーザによって定義された順序で表示することができる。好ましい実施形態では、活動フィードは新しい順に表示される。各データオブジェクト表現はアイコン（413～414）も含むことができ、それらのアイコンを消費者ユーザが選択して、そのデータオブジェクトに対する嗜好を示すことができ（例えば「いいね」（413）や「フォローする」（414））、またはその消費者ユーザの友達もしくはフォロワーによってコメントフィールドが追加されていない場合は、そのデータオブジェクト表現に関するコメントを追加することができる（415）。

【0203】

上記のように、各データオブジェクト表現は消費者ユーザによって選択することができ、システムはそのデータオブジェクトに関連する追加的な情報を表示する。データオブジェクト表現のより詳細な表示の例を図4（c）に示す。詳細な表示は、1つまたはそれ以上のアイテムの画像、アイテムの見出し、アイテムの価格、アイテムの詳細な説明、購入の選択肢、およびコメントフィールドを含み、コメントフィールドは、データオブジェクトに表されたアイテムの提供元ブランドを含む個々の消費者ユーザの連絡先からのコメント、ならびにコメントフィールドにコメントを追加するためにユーザが選択できるフィールドを含む。

【0204】

図4（d）は、ランディングページを介して（例えば消費者ユーザのアイコンまたはユーザ名の下方にあるドロップダウンメニュー（図示せず）を介して）消費者ユーザがアクセスして、システム内で自身が作成した1つまたはそれ以上のリストに関してさらに詳細を提供できる画面の一実施形態を示す。各リストはデータオブジェクト表現（416）で表され、そのデータオブジェクト表現は、そのリストの名前（417）と、場合により、そのリストに含まれるアイテムの1つまたはそれ以上の画像（418）を含む場合がある。消費者ユーザがランディングページを介してアクセスできる別の画面を図4（e）に示し、この画面は、消費者ユーザがシステム上でフォローしている1人またはそれ以上の個人および／もしくはブランド、ならびに／またはシステム上でその消費者ユーザをフォローしている1人またはそれ以上の個人および／もしくはブランドに関するさらなる詳細を含む。各個人またはブランドはデータオブジェクト表現（419）で表され、データオブジェクト表現は、個人またはブランドの名前（420）と、場合により、アバター（42

1)、またはブランドのロゴもしくは商標(422)を含むことができる。さらに、消費者ユーザは、システム上で消費者ユーザがシステム上でフォローしている個人および／もしくはブランドのグループ、ならびに／またはシステム上でその消費者ユーザをフォローしている1人またはそれ以上の個人および／もしくはブランドに関するさらなる詳細を含む画面(図4(f))に、ランディングページを介してアクセスすることができる。各個人またはブランドのグループは、データオブジェクト表現(423)で表され、そのデータオブジェクト表現は、グループ名(424)と、場合により、1つまたはそれ以上のアバター(425)、またはブランドのロゴもしくは商標(426)を含むことができる。

【0205】

上記のように、消費者ユーザは、例えば連絡先またはフォロワーとアイテムまたはブランドを共有することや、データオブジェクト表現を追加および／またはコメントすること等により、システム上で1人またはそれ以上の連絡先と対話することができる。特定の一実施形態では、消費者ユーザは、本システムを使用して、自身が関心を持っている1つまたはそれ以上のアイテムまたはブランドのデータオブジェクト表現に関して1人またはそれ以上の連絡先またはフォロワーにコメントを要求することもできる。例えば、消費者ユーザが2つ以上のアイテムの購入を検討している場合、システムを介してそれらのアイテムのページを1人またはそれ以上の連絡先またはフォロワーと共有し、それらの連絡先またはフォロワーに、購入すべきアイテムもしくはブランドに投票するか、またはその他の形でコメントするように求めることができる。一実施形態では、システムは投票機構を提供し、その投票機構がシステムを介して消費者ユーザから1人またはそれ以上の連絡先またはフォロワーに送られ、1人またはそれ以上の連絡先またはフォロワーは、投票機構で、当該消費者ユーザが購入すべきアイテムまたはブランドのアイテムを示すことができる。また、投票機構は、1人またはそれ以上の連絡先またはフォロワーがアイテムの提供についてコメントできるフィールドも含む。

【0206】

同様に、システムは様々な形態でアイテム／ブランドを表示し、そのような形態には、これらに限定されないが、格子、リスト、スライドショー、および／またはカルーセル形式が含まれ、システムは、消費者ユーザが表示されているアイテム／ブランドを次々に見られるようにする。システムは、アイテムの合計数を表示することができ、かつ／または消費者ユーザが所与のページで閲覧できるアイテム数を指定することができる。システムは、宣伝強化アイテムおよび／または未発売のアイテムを、表示形式で他のアイテムから視覚的に区別できるように表示することができる。スライドショーおよび／またはカルーセル形式では、消費者ユーザは、スライドショーを全画面モードまたは部分画面モードで見ることができる。表示形式は、選択された表示からアイテムの詳細ページに移動する機能と、アイテムをブックマークして後に詳しく見るためにアイテムの編集リストを作成する機能を含む。また、スライドショーおよび／またはカルーセル形式は、消費者ユーザがスライドショーの最初と最後に移動できるナビゲーション制御、スライドショーの1ページを早送りおよび巻き戻すナビゲーション制御、スライドショーを連続的に再生および／または一時停止できるナビゲーション制御を含む。表示形式はいずれも、消費者ユーザがカーソル／マウスをアイテム上に移動するとアイテムの画像の上にクイックビューボタンを提供することもできる。クイックビューは、アイテム詳細の要約リストを含むポップアップ式の副ディスプレイを表示することができ、クイックビューで、消費者ユーザはクイックビューから完全なアイテムの表示ページに移動することもできる。

【0207】

また、本明細書に記載されるランディングページは、システムの他の消費者ユーザについての情報のサンプルを表示することができ、そのような消費者ユーザには、これらに限定されないが、連絡先、フォロワー、有名人、ある分野の専門家、および評論家が含まれる。一実施形態では、システムがランディングページに表示する他の消費者ユーザのカテゴリを消費者ユーザが選択することができる。また、消費者ユーザは、例えば特定の連絡先、フォロワー、有名人、ある分野の専門家、および／もしくは評論家など、ランディン

グページに表示したい特定の追加的な消費者ユーザを特定することができ、または連絡先、フォロワー、有名人、および／もしくは評論家のグループを選択することができる。あるいは、例えば消費者ユーザからの指示がない場合には、ランディングページに表示することができる追加的な消費者ユーザをシステムが無作為に選択することもできる。例えば、システムは、消費者ユーザの連絡先データテーブルにある連絡先またはフォロワーに関する情報を無作為に表示することができ、システムは、ランディングページにおける連絡先データテーブルにある連絡先に関する情報の表示を定期的に循環させることができ、例えば消費者ユーザがシステムにログインするたびや、毎日、週に一度、月に一度などの周期でシステムによって変更を実施することができる。同様に、システムは、有名人、ある分野の専門家、および／または評論家、例えば消費者ユーザが自分の嗜好で明らかにした特定のアイテムおよび／またはブランドを特定した有名人、ある分野の専門家、および／または評論家に関する情報を無作為に表示することもできる。システムは、ランディングページにおける有名人および／または評論家に関する情報の表示を定期的に循環させることができ、例えば、消費者ユーザがシステムにログインするたび、毎日、週に一度、月に一度などの周期でシステムによって変更を実施することができる。

【0208】

システムは、1つまたはそれ以上のシステム基準に基づいて宣伝強化アイテムの集まりを表示することができる。例えば、システムは、システムの消費者ユーザによって最も閲覧／検索されたアイテムの集まりを表示することができ、それらのアイテムは、例えばアイテムページの閲覧回数、アイテムページがシステムの消費者ユーザによって好ましいアイテムリスト（例えばお気に入りリスト、欲しいもののリスト、ウォッチリスト、および／もしくはギフトリスト）に追加された回数、アイテムページがシステムの消費者ユーザによってブックマークされた回数、および／または消費者ユーザによるアイテムの評価、から選択される基準の組み合わせによって順位付けされる。システムは、システムの消費者ユーザから提供された評価が最も高いアイテムの集まりを表示することもできる。さらに、システムは、消費者ユーザのプロフィールに基づいて、消費者ユーザから推薦されたアイテムの集まりを表示することもできる。消費者ユーザは、次の基準の1つまたはそれ以上：ブランド、価格、平均レビュー、検索基準との関連度、発売日等に基づいて、そのようなアイテムの集まりの結果を昇順または降順でフィルタリングすることができ、消費者ユーザは、その集まりまたは集まりをフィルタリングした表示を、格子、リスト、カルーセル、またはスライドショーの提示ビューで表示することができる。

【0209】

システムは、システム上で利用可能なすべてのブランドの一覧も表示することができる。データテーブルは、アルファベット順、および／または興味カテゴリ／下位カテゴリごとに編成することができる。消費者ユーザは、すべてのブランドデータテーブルにあるブランドおよびアイテムのキーワード検索を行うことができ、消費者ユーザは、次の基準：アイテム／ブランドのカテゴリ、時間、価格、平均顧客レビュー、関連度、発売日等に基づいて、ブランドデータテーブルおよび／またはキーワード検索の結果をフィルタリングすることができる。消費者ユーザは、すべてのブランドデータテーブルまたはデータテーブルをフィルタリングした表示を格子、リスト、カルーセル、またはスライドショーの提示ビューで表示することができる。

【0210】

このシステムでは、消費者ユーザは、アイテム／ブランドページとそれに関連するすべての内容を含むサイトを、キーワード検索を使用して検索することができる。システムは、次のコンテンツ種別：ブランド、アイテム、記事、レビュー、ブログ等、に従って検索結果を分けることができる。コンテンツ種別ごとにその種別の検索結果数が表示され、コンテンツ種別ごとの検索結果はリスト形式で表示される。ブランドの検索結果の表示は、各種情報の中でも特に、ブランドロゴの画像、ブランド名、ブランドの説明を含むことができる。消費者ユーザは、ブランドのロゴまたはブランドの名前をクリックすることによりブランドのページを見ることができる。アイテム検索結果の表示は、次の属性の1つま

たはそれ以上：1つまたはそれ以上のアイテムの画像、アイテム名、アイテムの説明、価格、平均アイテム評価、および評価数を含むことができる。消費者ユーザは、アイテムの画像またはアイテム名のどちらかをクリックすることによりアイテムのアイテム詳細ページを見ることができる。記事内で行った検索の結果の表示は、提供されている場合は著者の写真、著者名、記事の題名、記事が書かれた日付、および記事の紹介を含むことができる。消費者ユーザは、記事の題名をクリックすることにより記事全体を見ることができる。アイテムのレビュー内で検索を行った結果の表示は、レビュー対象のアイテムの写真、アイテムの名前、レビューした人物の名前または別名、レビューが書かれた日付、およびレビューの紹介を含むことができる。消費者ユーザは、レビューの題名をクリックすることによりレビュー全体を見ることができる。ブログ内で検索を行った結果の表示は、ブロッガーの写真またはアバター、ブロッガーの名前または別名、ブログが書かれた日付、ブログのタイトル、およびブログの紹介を含むことができる。消費者ユーザは、ブログのタイトルをクリックすることによりブログ全体を見ることができる。

10

【0211】

システムは、新しいアイテム／ブランドに関する通知ならびに／またはアイテムおよび／もしくはブランドについての新しい情報を消費者ユーザに送るように構成され、消費者ユーザはそのような通知を様々な方法で受け取ることができる。一実施形態では、そのような通知は、派生データオブジェクトを含むアイテムまたはブランドデータオブジェクトに変更を加えることであり、そのような変更があったデータオブジェクト表現は、上記のように新しい順に消費者ユーザGUIに表示される。それに加えて、またはそれに代えて、システムは、電子メール、テキストメッセージ、および／またはプライベートメッセージで消費者ユーザに通知することもできる。システムは、ソーシャルネットワーキングサイト、例えばFacebook、Twitter、Friendster、MySpace等の中で消費者ユーザに通知を送ることもできる。システムの他の消費者ユーザまたはブランドが消費者ユーザに各種の通知を送ることができ、そのような通知にはこれらに限定されないが：(a) システムの消費者ユーザが、アイテム、興味カテゴリ、ブランド、ブランドカテゴリ等に関するメッセージをさらに他の消費者ユーザに送ることができ；(b) ブランドが消費者ユーザにアイテム、ブランド、興味カテゴリ等に関連する新しい情報に関するメッセージを送るか、かつ／または、ブランドが消費者ユーザに利用可能な新しいアイテムおよび／もしくはアイテムのカテゴリに関するメッセージを送ることができ(好ましい実施形態では、ブランドが個々の消費者ユーザの連絡先情報にアクセスできるようにするのではなく、あるブランドまたはブランドのアイテムに対する嗜好を表明している消費者ユーザのグループにメッセージを送るようにブランドがシステムに指示することができる)；(c) 消費者ユーザが友達の招待を受け取ることができ；(d) 消費者ユーザが、別の消費者ユーザおよび／もしくはブランドがその消費者ユーザをフォローすることを選択したことを知らせる通知を受け取ることができ；(e) 消費者ユーザが、近づくつつある友達もしくはフォロワーの誕生日や記念日等に関する通知を受け取ることができ；(f) 消費者ユーザが、本システムに参加するように誘う招待、および／もしくはブランドクラブもしくはアイテムクラブに参加するように誘う招待を受け取ることができ；(g) 消費者ユーザが、他の消費者ユーザ、例えばその消費者ユーザの友達やフォロワーの好きなブランドのデータテーブルにブランドが追加されたことを知らせる通知を受け取ることができ；(h) 消費者ユーザが、友達もしくはフォロワーの好きなアイテムのデータテーブルにアイテムカテゴリが追加されたことを知らせる通知を受け取ることができ；(i) 消費者ユーザが、友達もしくはフォロワーの好きなアイテムのデータテーブルにアイテムが追加されたことを知らせる通知を受け取ることができ；(j) 消費者ユーザが、友達もしくはフォロワーの欲しいもののリスト、ウォッチリスト、および／もしくはギフトリストにアイテムが追加されたことを知らせる通知を受け取ることができ；かつ／または(k) 消費者ユーザが、友達もしくはフォロワーがアイテムおよび／もしくはブランドについてコメントした、アイテムレビューおよび／もしくはブログエントリを投稿した、および／もしくはアイテムおよび／もしくはブランドを勧めたことを知らせる通知を受け取

20

30

40

50

ることができる。さらに、消費者ユーザは、受け取る通知を各種方式で；昇順または降順にフィルタリングすることができ、そのような方式には、これらに限定されないが：（a）特定の消費者ユーザから受け取られた；（b）特定のブランドから受け取られた；（c）日付；および（d）消費者ユーザの好きなアイテム／ブランドデータテーブルにある特定のアイテム／ブランドに関連する、等を含む。

【0212】

上記の構成要素は様々な方式で編成してユーザインターフェースに描画することができ、そのような変形は本発明の全範囲に包含されることが理解されよう。さらに、ホームページには、例えば広告材料、宣伝強化アイテム、ブランド、他の消費者ユーザ、消費者ユーザのプロフィールへの追加的なリンク、1つまたはそれ以上の消費者データテーブル、追加的なシステム閲覧機能等の各種の追加的な機能を含めることができ、そのような追加的な機能は本発明の全範囲に包含される。

【0213】

ブランドプロフィールおよびインターフェース

ブランドも、ブランド情報を含むシステムプロフィールを作成することができ、ブランド情報には、これらに限定されないが、ブランド名、連絡先情報、ウェブサイトおよびウェブサイトへのリンク、電子メール、およびパスワード、ならびにブランドプロフィールの公認ブランドユーザのリストが含まれる。ブランドは、1人またはそれ以上のブランドマネージャまたはユーザ（本明細書では「ブランドユーザ」と呼ぶ）を指定することができ、これはブランドプロフィールやその構成要素にアクセスし、かつ／または変更を加える権限を持つ個人または個人のグループであり、ブランドプロフィールは、各ブランドユーザの連絡先情報、例えば名前および電子メール、ならびにパスワードも含む。ブランドは、システムへのログイン時に検証可能な資格証明の1つまたはそれ以上が提供されない場合にブランドやブランドユーザを識別するために使用される、ブランドを識別するキーまたはパスワードも含むことができる。

【0214】

図5（a）に示すように、一実施形態では、ブランドは、指定されたブランド名、ウェブサイトのURL、ならびに場合により1つまたはそれ以上のブランドのロゴまたは商標およびアイテムリストを使用して、システム上でプロフィールを設定する。消費者ユーザが1つまたはそれ以上のリストを作成できるのと同じように、ブランドも自身のアイテムを、そのブランドによってグループ化された1つまたはそれ以上のリスト、例えば、現在販売中のアイテムのリスト、取り扱いが中止されたアイテムのリスト、新しいアイテムのリスト、セールアイテムのリスト、および将来発売されるアイテムリストに編成することができる。場合により、ブランドは、各興味カテゴリの説明を含む1つまたはそれ以上のブランド興味カテゴリ（図示せず）を作成することができ、代替実施形態またはさらに他の実施形態では、ブランドは、システムによって作成された1つまたはそれ以上のブランドアイテムカテゴリを採用して、システム上でブランドのアイテムをリスト化することができる。アイテムごとに、ブランドは、図5（b）に示すように、上記のアイテムまたはブランドの共通の視覚的表現を含むデータオブジェクトを作成することができる。データオブジェクト表現は、次の1つまたはそれ以上：アイテム名（501）、説明（502）、画像（503）、任意選択の例えば映像、追加的な画像、解説文書等の追加的な媒体（504）、そのアイテムが含まれる興味カテゴリリスト（505）、購入の選択肢への1つまたはそれ以上のリンク（507）、そのアイテムを提供しているブランド（または公認小売業者もしくは再販業者）のウェブサイトのURL（508）を含む。好ましくは、システム上の各データオブジェクトは、供給元に関係なく、アイテムの画像、アイテム名、アイテムの価格、およびコメントフィールド（図示せず；コメントフィールドは、好ましくは、ブランドによってデータオブジェクトが作成されると、システムによって自動的にデータオブジェクトに取り込まれる）を含む。消費者ユーザによって選択されると、データオブジェクト表現は、アイテムに関する追加的な情報、例えばアイテムのより詳細な説明、追加的な媒体、購入の選択肢、ブランドのウェブサイトのURL、アイテ

10

20

30

40

50

ムの評価等を表示する。アイテムデータオブジェクトに含めることができるアイテム情報は、これらに限定されないが：アイテムの識別子、任意選択のSKUおよび／またはカスタム識別子、アイテムの説明、アイテムの画像、アイテム媒体（例えばアイテム固有の映像ファイルおよび音声ファイルならびに印刷媒体）、小売価格、発送および取扱い情報、セール、クーポン等、広告材料、アイテムのレビューおよび／または評価、討論フォーラム、アイテムに関連するニュースおよびイベント、使用および／または組み立ての指示、そのブランドおよび／または関連付けられたブランドから提供される関連付けられた／関連するアイテムおよび／または付属品、アイテムの統計、公認小売業者および／または再販業者の識別および連絡先情報、所与のアイテムまたはブランドについての公認サービス提供者（例えばアイテムの組み立てやアフターサービスの詳細）等、アイテム固有の解説文書および情報、例えばアイテムの添付文書、仕様、マニュアル、指示、文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、討論フォーラムへのリンク等、これらに限定されないが価格、製造者、公認小売業者および／または卸売業者から提供されるクーポンや値引き、発送および取扱い情報を含む購入情報、公認小売業者、卸売業者および／または販売業者の識別および連絡先情報、被保証人情報等、を含む。特定の実施形態では、所与のアイテムについての上記に列記した情報の一部は、ブランドクラブまたはアイテムクラブ（本明細書でさらに詳しく説明する）のメンバだけが利用できる場合もある。例えば、例えばクーポンや値引き等の特定の販売促進の機会は、アイテムクラブおよび／またはブランドクラブのメンバだけからアクセスできるか、またはメンバだけに提供することができる。

10

【0215】

20

特定種類の特殊なアイテム／ブランドには追加的な情報を含めることを認めることができ、そのような情報には、これらに限定されないが、公認小売業者／再販業者／サービス提供者に関連する地理的に固有の情報、発送の制約、季節による購入可能性や他の購入可能性の制限または制約（例えば取り寄せ注文）、ならびに推奨される保管および取り扱いの情報が含まれる。例えば、例えば農産物などの傷みやすい食料品を提供するブランドの場合、ブランドは、特定の地理的場所における所与のアイテムまたはアイテム群の季節による購入可能性、所与の町や州にある特定の公認小売業者／再販業者に関連する情報、ならびに適用される可能性のある発送の制約および安全な取扱いの情報を含めることができる。所有者の免許または許可を必要とするアイテムを提供するブランドの場合、ブランドは、消費者ユーザが該当する免許を入手できる場所および／またはその方法に関連する情報も含めることができ、その情報は地理的場所ごとに異なる場合もある。ブランドは、1つまたはそれ以上の免許発行機関のリストおよび／またはウェブサイトへのハイパーリンクも含めることができる。この実施形態では、システムは、ブランドが消費者ユーザの免許や年齢等を確認できる機構を含むことができ、例えば、免許および／または年齢制限を必要とするアイテムについて要求されると、消費者ユーザは自分の免許識別番号や年齢等を提供し、システムは、免許が有効であること、および／または消費者ユーザが適切な年齢を示したことを確認することができる。

30

【0216】

好ましい実施形態では、商品アイテムに関連するデータオブジェクトは、1つまたはそれ以上の商品アイテムの商標、商品アイテムの説明情報、商品アイテム媒体、商品アイテムの購入情報、商品アイテムの小売り情報、商品アイテムの販売促進情報、関連する第1のブランド製品、またはそれらの組み合わせを含むことができ；商品アイテムの説明情報は、アイテムの画像、1つまたはそれ以上のアイテム固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上の商品アイテムのレビュー、商品アイテムの評価、またはそれらの組み合わせを含むことができ；商品アイテム媒体は、商品アイテム固有の映像ファイル、商品アイテム固有の音声ファイル、または印刷媒体を含むことができ；商品アイテム固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含む。

40

【0217】

それに加えて、またはそれに代えて、上記のように、システムの消費者ユーザは、例え

50

ば図5(b)に示し、上記で説明したプロセスを使用して、アイテムデータオブジェクトを作成することができる。

【0218】

ブランドは、図5(c)に示すようにブランドデータオブジェクトも作成することができる、このオブジェクトは、ブランド名(509)、ブランドの説明(510)、ブランドのロゴまたは商標(511)、追加的なブランド媒体(612)、アイテムリスト(513)、購入の選択肢へのリンク(514)、およびウェブサイトのURL(515)を含む。ブランドデータオブジェクトは、そのブランドに関連付けられた1つまたはそれ以上の興味カテゴリ(図示せず)も含むことができる。ブランドデータオブジェクトの目的はアイテムデータオブジェクトの目的とは異なり、後者が1種類のアイテムについての情報を閲覧者に提供することを意図するのに対し、ブランドデータオブジェクトは、ブランドについての一般的な情報、例えばそのブランドが提供するアイテムやサービスの種類、ロゴまたは商標、そのアイテムを購入できる場所等を閲覧者に与えることを意図する。ブランドデータオブジェクトには、例えばシステム上で利用できるブランドの一覧の下にあるブランド名またはブランドのアイコンを選択することにより、システム上で1つまたはそれ以上のハイパーリンクを介してアクセスすることができる。

10

【0219】

アイテムデータオブジェクトと同様に、システム上の各ブランドデータオブジェクトは、供給元に関係なく、画像、例えばブランドのロゴまたは商標、ブランド名、およびコメントフィールドを含む(アイテムデータオブジェクトと同様に、コメントフィールドは、好ましくは、ブランドによってデータオブジェクトが作成されるとシステムによって自動的にデータオブジェクトに取り込まれる)。消費者ユーザによって選択されると、ブランドデータオブジェクト表現は、ブランドに関する追加的な説明、例えばブランドのより詳細な説明、追加的な媒体、購入の選択肢、ブランドのウェブサイトのURL、ブランドの評価等を表示する。ブランドデータオブジェクトに含めることができる情報は、これらに限定されないが：ブランドアイテムのリスト、ブランド媒体(例えば映像ファイルおよび音声ファイルならびに印刷媒体)、セール、クーポン等、広告材料、アイテムのレビューおよび/または評価、討論フォーラム、ブランドに関連するニュースおよびイベント、関連付けられたブランド、ブランドについての統計、ブランドならびに/または公認小売業者および/もしくは再販業者の識別および連絡先情報、所与のアイテムまたはブランド等に対応する公認サービス提供者、公認卸売業者および/または販売業者の識別および連絡先情報、被保証人情報等を含む。特定の実施形態では、所与のブランドについての上記に列記した情報の一部は、ブランドクラブまたはアイテムクラブ(本明細書でさらに詳しく説明する)のメンバだけが利用できる場合もある。例えば、クーポンや値引き等の特定の販売促進の機会、アイテムクラブおよび/またはブランドクラブのメンバだけからアクセスできるか、またはメンバだけに提供することができる。

20

30

【0220】

好ましい実施形態では、ブランドのデータオブジェクトは：1つまたはそれ以上のブランド商標、1つまたはそれ以上のブランドロゴ、1つまたはそれ以上の商品アイテムのロゴ、ブランドの説明、ブランドに関連付けられた興味カテゴリ、ブランド媒体、ブランドの購入情報、小売り情報、ブランドの販売促進情報、ブランドポートフォリオ内のブランドに関連する情報、関連ブランドの説明、関連するブランドの製品、またはそれらの組み合わせを含むことができる。ブランドの説明情報は、ブランド画像、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドのレビュー、ブランドの評価、またはそれらの組み合わせを含むことができ；ブランド媒体は、ブランド固有の映像ファイル、ブランド固有の音声ファイル、または印刷媒体を含むことができ；ブランド固有の解説文書および情報は、1つまたはそれ以上の文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、またはそれらの組み合わせを含むことができる。

40

【0221】

50

それに代えて、またはそれに加えて、ブランドは、独立したブランドページの作成を選択することもでき、そのページには、例えばシステム上で利用できるブランドの一覧の下にあるブランド名またはブランドのアイコンを選択することによってシステム上で1つまたはそれ以上のハイパーリンクを介して直接アクセスすることができる。ブランドページは、場合により、ブランドのバナー、ブランドの説明、ブランド媒体（これらに限定されないが、映像ファイルおよび写真、ならびに音声ファイル、プレスリリース等を含む）、宣伝強化アイテムカテゴリ、宣伝強化アイテム、アイテムリスト、およびそのブランドを「いいね」している1人またはそれ以上の個人のアバター、例えば有名人による推薦宣伝や関連分野の主題についての専門家を含む。ブランドページは追加的な情報を含むようにカスタマイズすることもでき、そのような情報には、これらに限定されないが、1つまたはそれ以上のブランドの商標またはサービスマークの一覧、ブランドの小売り情報、ブランドアイテムの販売業者、ブランドの説明、ブランド媒体、ブランドのアイテム、ブランドのポートフォリオ等が含まれる。ブランドページは、システム上のプロフィールの有無にかかわらずシステムのどの消費者ユーザでも見ることができ、または、ブランドページは、そのブランドまたはブランドのアイテムをフォローしているシステムの消費者ユーザだけが見られるように構成することもできる。

10

【0222】

ブランドは、企業ブランド、傘下ブランド、ファミリーブランド、およびそれらの組み合わせである可能性があり、その場合、ブランドは、1つまたはそれ以上の関連ブランド（本明細書では「ブランド提携者（associates）」とも呼ぶ）、例えば保証付き（endorsed）ブランド、下位ブランド、個々のアイテムのブランド、およびそれらの組み合わせを含むことができる。したがって、ブランドページは、1つまたはそれ以上のブランド提携者に関する追加的な情報を含むことができる。ブランドの説明は、これらに限定されないが、アイテムの概念体系、対象とする市場の説明、およびそれらの組み合わせを含むことができる。ブランド情報はさらに、広告材料、ブランドのレビューおよび／または評価、討論フォーラム、ブランドに関連するニュースおよびイベント、ブランドについての統計、公認小売業者および／または再販業者の識別および連絡先情報、公認サービス提供者（例えばアイテムの組み立てやアフターサービスの詳細）等を含むことができる。ブランドは、文献の参照、ブログおよび／または討論フォーラムへのリンク等を含めることができる。ブランド情報は、これらに限定されないが、映像ファイル、音声ファイル、印刷媒体、およびプレスリリースを含むブランド媒体を含むことができる。ブランドページには、例えばシステム上で利用できるブランドの一覧の下にあるブランド名またはブランドのアイコンを選択することにより、システム上で1つまたはそれ以上のハイパーリンクを介してアクセスすることができる。

20

30

【0223】

ブランドは、そのアイテムまたはブランドが販売促進に関連付けられていることを表すインジケータを視覚的表現の中を含むアイテムまたはブランドデータオブジェクトを作成することにより、アイテムまたはブランドについての特定の販売促進の提供を強調表示することを選択することができる。例えば値引きされているアイテムのアイテムデータオブジェクトは、値引きのないアイテムとは異なる色体系で表示することができる。同様に、ブランドが最近作成した新アイテムのデータオブジェクト表現は、システム上の他のデータオブジェクト表現からそれらのデータオブジェクト表現を区別する色体系を備えることができる。アイテムが将来値引きされる予定の場合、ブランドは、データオブジェクト表現にコメントを付加するか、かつ／またはデータオブジェクトの内容を変更して、そのアイテムに関心を持つ消費者ユーザにそのアイテムが近日中に値引きされることを知らせることができる。値引きアイテムやセールアイテムのデータオブジェクト表現は、その値引きまたはセールの残り時間および／または数量を示すように設計されたアイコンを含むこともでき、例えば時計や時間がデータオブジェクトの上に表示されて、その値引きやセールの残り時間をカウントダウンする、かつ／またはその値引き価格で購入できるアイテムの数量をカウントダウンする。代替または他の実施形態では、ブランドは、1つまたはそれ

40

50

以上のアイテムカテゴリ、例えば販売促進中のアイテム、取り扱いが中止されたアイテム、新アイテム、セールアイテム、および／または将来発売されるアイテムに特化した専用ブランドページを作成することもできる。

【0224】

場合により、システムは、ブランドがアイテムを様々な方式で販売促進することを可能にする。例えば、ブランドは、システムにそのブランドを宣伝強化させることを選択することができ、その場合、システムは、G U I の宣伝強化アイテムの領域にブランドの広告および／またはアイテムを目立つように表示することを許される。例えば、宣伝強化アイテムは、消費者ユーザが対応する興味カテゴリに関心を表明している場合には消費者ユーザのG U I に表示することができ、またシステムの一般的な広告や、上記のようなプロフィール設定プロセスに表示することができ、そのようなアイテムを宣伝強化する方法はそれぞれ同じ料金を徴収しても、異なる料金を徴収してもよい。一実施形態では、ブランドはこのサービスに追加料金を支払う。あるいは、ブランドは、例えば1クリック当たりの費用の価値の観点からブランドによって提示される入札額に基づく例えば競争入札プロセスで、システムの宣伝強化ブランドの領域に表示されることをシステム上の他のブランドと競うこともできる。ブランドまたはアイテムを宣伝強化するための1つまたはそれ以上の機構をシステムにより提供することができ、宣伝強化機構の各種類、宣伝強化機構のグループ（例えば、1つの価格でブランドが様々な方式でアイテムを宣伝強化することができる）、またはシステムで提供されるすべての宣伝強化機構（例えば、1つの価格でブランドがシステムで提供されるすべての宣伝強化機構を使用して宣伝強化することができる）に追加料金を関連付けることができる。

【0225】

ブランドは、ブランドが、ブランドプロフィールに提供される情報のうち、特定のカテゴリ、データテーブル、および／またはデータテーブルをシステムの消費者ユーザが見られないように隔離できるセキュリティ設定を指定することもできる。例えば、アイテムの一覧はシステムの消費者ユーザから見られるようにし、一方、ブランドプロフィール、在庫、および供給情報は、1人またはそれ以上の指定されたブランドユーザだけが利用できるようにすることができる。同様に、ブランドは、ブランドプロフィールに提供される情報のうち特定のカテゴリ、データテーブル、および／またはデータテーブルへの閲覧のみのアクセスまたは制限のないアクセス権を1人またはそれ以上のブランドユーザに付与できるセキュリティ設定を指定することもできる。

【0226】

システム上のブランドプロフィールの作成をさらに図6（a）に示す。ブランドがプロフィールを作成し（601）、場合により、システムのデモンストレーションを見る（602、603）。システムがサインアップ画面を提示し（605）、この画面でブランド管理者および／または公認ブランドユーザが、ブランドに関する関連情報、例えば親会社の情報、連絡先情報、パスワード情報等を入力することができる（606）。システムがブランドプロフィールを作成し（607）、それが個別ブランドデータテーブルの総合ブランドデータテーブル（図示せず）（608）に記憶される。ブランドは、ブランドに関するプロフィールに情報を追加することができ（609）、例えば関連付けられたブランドまたは関連ブランド（610～613）、関連付けられたアイテム（614～615）、およびシステムを使用するための予算、例えばブランドがシステム上で広告を出し、販売活動を行うための予算（616～617）を定義することができる。この情報は、ブランドデータテーブルのブランドプロフィール（618）に記憶される。

【0227】

図6（b）に示すように、ブランドは、ロゴ、関連付けられた画像、およびブランド媒体（622）等を含むブランドプロフィールのブランド情報を編集することもでき（620～621）、これらはブランドデータテーブルに記憶される。ブランドは、場合によりブランドページを作成することができ（625）、そのブランドページはブランドによって定義されたコンテンツ、ウェブサイト、および媒体（626～628）を含むように編

集することができ、これもブランドデータテーブルに記憶される（630）。図6（c）は、関連付けられた各ブランド（631）も上記のように定義できることを示し、関連付けられたブランドのプロフィールの内容もブランド管理者および／または公認ブランドユーザによって調整し、ブランドデータテーブルに記憶することができる。ブランド管理者および／または公認ブランドユーザは、図6（d）に示すように、1人またはそれ以上の他のブランドユーザのブランドプロフィールへのアクセス権を変更することもできる。ブランド管理者は、公認ブランドユーザそれぞれの連絡先情報を入力し、システムがそのブランドユーザに資格証明を作成して、そのブランドユーザがプロフィールを有効化できるようにし、またシステム内でそのブランドの公認ユーザとして関連付けられるようにする（636～641）。公認ブランドユーザ各々の識別およびログイン情報はブランドデータテーブルに記憶される（647）。また、各ブランドユーザは有効化画面（643）を表示してデフォルトのシステムパスワードを変更することにより（644）、システム上で自身のプロフィールを有効化する（642）。その情報はシステムのブランドデータテーブルに記憶される（645、647）。

10

【0228】

ブランド（および／または消費者ユーザ）は、図6（e）に示すようにアイテムデータオブジェクトを作成することができる。システムは、ブランド管理者および／または公認ブランドユーザにアイテム情報を照会し（753）、ユーザ（ブランドによって作成された場合はブランドユーザ、消費者ユーザによって作成された場合は消費者ユーザ）がアイテム情報を編集し（654～655）、その情報はブランドデータテーブル（658）に記憶される。このシステムでは、ブランドが興味カテゴリおよび下位カテゴリを定義することができる（649～651）、それらはブランドデータテーブルに記憶される。同様に、図6（f）に示すように、ブランドは、システムを使用する予算を定義することができる（659）、この予算は編集し、さらに定義することができ、ブランドデータテーブルに記憶される（660～665）。

20

【0229】

一実施形態では、ブランドプロフィールに提供された情報に基づいて、システムが、消費者ユーザがブランドのアイテムやブランド情報等を閲覧できるブランドのランディングページを構成する。ブランドのランディングページは、システムによって自動的に構成されるか、または例えばブランドが指定した方式で特定のブランド広告、バナー、商標、サービスマーク等を表示するように、上記のようにブランドによりカスタマイズすることができる。ブランドのランディングページは、無作為に、またはアイテムもしくはカテゴリの人気度（アイテムページの閲覧回数、アイテムの購入数、もしくは別のアイテム分類機構で定義される）に基づいて、ブランドのアイテムまたはアイテムカテゴリを表示することができる。ブランドのランディングページは、ブランドクラブのメンバだけが利用できるブランドクラブのウェブサイトへのブランドクラブのリンクを含むことができる。ブランドのランディングページは、消費者ユーザが許可する場合は、自分の消費者ユーザプロフィールにそのブランドまたはブランドのアイテムを追加している消費者ユーザの無作為のサンプルも表示することができる。また、ブランドのランディングページは、次の1つまたはそれ以上：そのブランドまたはブランドのアイテムをお気に入り追加している消費者ユーザの数、そのブランドをフォローしている消費者ユーザの数、そのブランドがフォローしている消費者ユーザおよび／または他のブランドの数、ブランドのアイテムで最も人気の高いアイテムのリスト、ブランドのアイテムカテゴリのサンプル、ブランドのウェブサイトへのハイパーリンク、ブランドのクラブへのハイパーリンク、ならびに、ブランドおよび／またはブランドの系列会社の1つまたはそれ以上の広告を表示することができる。上記の構成要素は、様々な方式で編成してブランドページに描画することができるが、そのような変形は本発明の全範囲に包含されることが理解されよう。

30

40

【0230】

一実施形態では、ブランドは、ブランドクラブおよび／またはアイテムクラブを作成することもでき、このクラブは、ブランドクラブのメンバ、例えばブランド固有の消費者ユ

50

ーザプロフィールを作成することによってあるブランドへの関心を特に表明しているシステムの消費者ユーザだけが利用できる宣伝強化アイテムの情報および／または販売促進の機会を含む。ブランドクラブ／アイテムクラブは、ブランドクラブ／アイテムクラブのメンバだけが利用できるブランド／アイテム固有のコンテンツ、例えば映像、音声、印刷媒体、討論フォーラム等、ならびに、アイテムの発売前の告知、特別な販売促進、ブランド／アイテムに関する調査に参加させる動機付け、およびフォーカスグループ等をブランドクラブのメンバに表示することができる。例えば、ブランドクラブは、ブランドおよび／または関連アイテムに関するプレスリリース、ならびにそのブランドおよび／またはアイテムに関連する討論フォーラムへのハイパーリンクを含むことができる。さらに、ブランドは、ブランドおよび／またはブランドの1つまたはそれ以上のアイテムを特定および／またはコメントした有名人、評論家、および／または消費者の支持グループを特定することができる。例えば、ブランドが有名人による推薦宣伝の関係を有する場合、そのブランドは、その有名人、ならびに／またはその有名人によるブランドおよび／もしくはアイテムの推薦宣伝に関する情報をブランドページに表示することができる。同様に、ブランドは、ブランド、アイテム、またはそのブランドが知られているアイテムのカテゴリもしくは下位カテゴリの評論家として特定の個人やグループを特定することができ、ブランドは、アイテム／ブランドについてのそれらの個人またはグループの意見に関する情報を提供することができる。そのような情報は、第三者のウェブサイトへのハイパーリンクとして提供するか、または音声、映像、もしくはテキストファイル、ならびにブログや他の討論フォーラムへのリンクとして提供することができる。上記の構成要素は、様々な方式で編成してユーザインターフェースに描画することができるが、そのような変形は本発明の全範囲に包含されることが理解されよう。さらに、アイテムおよび／またはブランドクラブのページには各種の追加的機能、例えば広告材料、宣伝強化アイテム、追加的なシステム閲覧機能等を含めることができ、そのような追加的な機能は本発明の全範囲に包含される。

【0231】

ブランドは、システム上で例えばフォロワーとアイテムやブランドを共有することにより1人またはそれ以上のフォロワーと対話することができ、またデータオブジェクトを追加するおよび／またはデータオブジェクトについてコメントすること等により、ブランドがフォローしている消費者ユーザと対話することができる。特定の一実施形態では、ブランドは、システムを使用して、フォロワー／フォロー中のユーザが関心を持っている1つまたはそれ以上のアイテムまたはブランドのデータオブジェクトに関して、1人またはそれ以上のフォロワー／フォロー中のユーザからのコメントを求めることもできる。例えば、ブランドは、アイテムデータオブジェクトにコメントを追加して、そのアイテムについてコメントする、またはそのアイテムの評価を行うようにフォロワー／フォロー中のユーザに要求することができる。ブランドは、データオブジェクト表現のコメントフィールドを使用して、自社が提供する関連アイテムを消費者ユーザに通知することもでき、例えば消費者ユーザがあるブランドのアイテムを「いいね」とすると、ブランドは、例えばそのブランドまたは関連するブランドから提供される1つまたはそれ以上の付属品と共にそのアイテムを使用できることを提案することができる。本システムは、ブランドが自社のアイテムを競合ブランドのアイテムと比較するためにも使用することができる。例えば、ブランドが競合ブランドに関する販売促進データオブジェクトについてコメントするか、またはそのようなオブジェクトを作成することにより、競合ブランドにそれに対するコメントを提出するよう挑むと共に、そのブランド／競合ブランドのアイテムのユーザをその挑戦に参加させることができる。

【0232】

好ましい実施形態では、プロセッサは、消費者の購入の嗜好、対話データ、またはそれらの組み合わせに基づいて、新しいアイテム情報、新しいブランド情報、またはそれらの組み合わせを消費者に通知するように構成される。システムは、上記のように消費者ユーザにメッセージを送ることができ、かつ／または、システムは、これまでに消費者ユーザ

G U Iで消費者ユーザに表示されていないデータオブジェクト表現を、G U I中で他のデータオブジェクト表現と比べて目立つ位置に表示することができる。例えば、これまでにシステムによって消費者ユーザに表示されていないデータオブジェクト表現を新しい順に表示して、最も新しいデータオブジェクト表現がインターフェースの一番上に表示されるようにすることができる（これは、他のデータオブジェクト表現との比較でG U I中で新しいデータオブジェクト表現を宣伝強化する方式の一実施形態であり、制限的な実施形態ではない）。新しいアイテム情報は、システム上で提供される新しいアイテムおよびその新しいアイテムの提供に関連する情報；システム上で提供されている既存のアイテムに関する新しい情報（例えば以前に消費者ユーザに表示されている可能性があるデータオブジェクトで表されるアイテムであるが、それまでに消費者ユーザに表示されていない、そのアイテムについての新しい情報）；消費者の購入の嗜好に基づく消費者にとって新しいアイテムの提供、およびその消費者にとって新しいそのアイテムの提供に関連する情報；ならびにそれらの組み合わせを含む。新しいアイテム情報は、新しく発売されたアイテムの識別、新しいアイテムの説明情報、新しいアイテム媒体、新しい購入情報、およびそれらの組み合わせを含むことができる。新しいアイテムの説明情報は、新しいアイテムに固有の解説文書および情報、アイテムの付属品および／または関連アイテム、アイテムのリコール情報、取り扱いが中止されたアイテムの情報、ならびにそれらの組み合わせを含むことができる。新しい購入情報は、これらに限定されないが、新しいアイテム価格情報、新しい発送および取扱い情報、新しい公認小売業者の情報、新しい購入可能性（例えば取り寄せ注文の対象ではなくなったこと）、アイテム商標、アイテムの説明、アイテム媒体、新しい購入情報、小売り情報、またはそれらの組み合わせを含む。

10

20

【0233】

同様に、システムが消費者ユーザに新しいブランド情報を通知することもでき、例えばシステム上で提供されるアイテムの新しいブランドおよびそのアイテムの新しいブランドに関連する情報；システム上で提供される既存のアイテムブランドに関連する新しい情報；消費者の購入の嗜好に基づく消費者にとって新しいアイテムのブランド、およびその消費者にとって新しいそのブランドのアイテムに関連する情報、ならびにそれらの組み合わせを通知することができる。そのような新しいブランド情報は、1つまたはそれ以上のブランド商標、ブランドの説明、ブランド媒体、新しい購入情報、小売り情報、ブランドのアイテム、ブランドのポートフォリオ、ブランドのポートフォリオ中の関連ブランド、関連ブランドの説明、関連するブランドのアイテムに関連する情報、およびそれらの組み合わせを含むことができる。ブランドの説明情報は、ブランド画像、1つまたはそれ以上のブランド固有の解説文書および情報、1つまたはそれ以上のブランドのレビュー、ブランドの評価、ならびにそれらの組み合わせを含むことができる。ブランド媒体は、ブランド固有の映像ファイル、ブランド固有の音声ファイル、および印刷媒体を含む。ブランド固有の解説文書および情報は、文献の参照、レビュー、ブログへのリンク、プレスリリース、フォーラムへのリンク、およびそれらの組み合わせ、からなる群から選択される。

30

【0234】

システムを介して直接の広告または販売促進情報を消費者ユーザに送るようにブランドがシステムに指示することもできる。そのような直接の広告は、システムで生成される対話データによって通知することができ、ブランドは、システム上でそのブランドやそのアイテムへの関心を表明している消費者ユーザだけにそのような材料を送ることができる。好ましい実施形態では、アイテムまたはブランドに関する直接の広告および／または販売促進情報は、システムによって消費者ユーザのG U Iに表示される広告または販売促進専用のデータオブジェクト表現により、そのアイテムまたはブランドに関心を持つ消費者ユーザに中継される。

40

【0235】

ブランドプロフィールが作成されると、ブランドユーザG U Iがシステムによって表示され、このG U Iは公認ブランドユーザだけに表示され、システム上で提供されるアイテムに関する詳細、ブランドおよびそのブランドのアイテムのフォロワー、システム上でユ

50

ーザがどのようにそのブランドと接触しているかに関する統計（下記で詳細に説明する）等を含む。図7（a）に示すように、ブランドユーザG U Iは1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現（701～705）を含み、これらは個々のアイテム（および／または興味関心）のカテゴリ（706）を表し、G U Iの一領域は、ブランドに関する一般的な情報およびブランドのアイテム、フォロワー、そのブランドがフォローしている個人に関するさらなる詳細へのリンク（707）、ブランドおよび／もしくはフォロワー、またはそのブランドがシステム上でフォローしている個人の活動を表示する活動フィールド（708）を含む。最後に、ブランドユーザのG U Iは選択可能なメニュー（709）も含み、このメニューで、ブランドユーザは、ブランドのアイテム、フォロワー、ブランドにフォローされている個人（「フォロー中のユーザ」）、システム上でのブランドの統計、システム設定に関するさらに多くの情報にアクセスすることができ、またシステムのログアウトへのリンクにアクセスすることができる。また、消費者ユーザのG U Iと同様に、図7（b）に示すように、ブランドユーザG U Iも、そのブランドをフォローしている個人（710）ならびにブランドがフォローしている個人（図示せず）に関する詳細な情報を表示する。

10

【0236】

販売活動の分析

本システムは、好きなブランドの新しいアイテムや刷新についての最新情報を常を得る手段を消費者に提供し、消費者が、愛好しているブランドと個人的な関係を築き、システムコミュニティの一部をなす連絡先や買い物が好きな他の人達と体験を共有できるようにする。上記のように、システムは、多数のブランドによって提出される新しいアイテムを集約し、そのアイテムを、分かりやすく、整理され、かつ関心を引く形で消費者に提示する。消費者ユーザは、新しいアイテムを求めて探し回ったり、偶然新しいアイテムを見つける必要がなく、新しいアイテムが時機を得て消費者ユーザにプッシュされる。消費者ユーザは常に最新の情報を得ることができ、そのため、どこでいつ購入するかを知識に基づいて決定することができる。ユーザが好きなブランドをフォローできるようにするのに加えて、本システムは消費者が新しいブランドやアイテムを発見することも可能にする。本システムは、消費者が閲覧した、またはその他の形で関心を表明した事物に基づいて、消費者がよく知らない可能性のあるアイテムやブランドを推薦する。

20

【0237】

また、本システムは、ブランドが既存の顧客および潜在顧客と交流するための機構を含む。一実施形態では、ブランドは、上記のようにブランドに関連するデータオブジェクト表現に変更を加えるか、またはプッシュ型の通知を介してメンバと情報を共有する、かつ／またはブランドクラブもしくはアイテムクラブのメンバと直接情報を共有することにより、システム上で消費者ユーザと交流する。それに代えて、またはそれに加えて、ブランドは、1つまたはそれ以上の購入の嗜好を介してあるブランドやそのアイテムに関心を表明したすべての消費者ユーザに、システムを通じて、電子メールを介して、対象を絞った広告材料、アイテムまたはブランド情報等を送信するようにシステム管理者に指示することもできる。アイテムの発売前の告知、特別な販売促進、ブランド／アイテムに関する調査に参加させる動機付け、およびフォーカスグループ等をそのような対象消費者のグループに提供できることはブランドにとって極めて有用である。

40

【0238】

本システムは、ブランドに対話データを提供して、ブランドが販売戦略と消費者への働きかけを最適化できるようにする。消費者ユーザのコミュニティの買い物と購入の習慣について収集されるデータの集約と分析は、市場調査データの有用な供給源となる。システムによって収集されたデータの調査、報告、分析、データマイニング、および視覚化をブランドに提供して、ブランドが販売戦略と消費者への働きかけを最適化できるようにする。図1（h）を参照して上記で説明したように、本システムは、データオブジェクトごとに対話データを生成し、その対話データをデータオブジェクトと共に記憶すると共に、グローバル対話データデータベースにも記憶する。対話データは、これらに限定されないが

50

、システムの消費者、1つまたはそれ以上の興味カテゴリの消費者、および1つまたはそれ以上の興味カテゴリの消費者：の数および識別；システムの全消費者ユーザ、1つまたはそれ以上の興味カテゴリの消費者ユーザ：の消費者人口統計、システム消費者によるクリック数、興味カテゴリごとのシステム消費者によるクリック数、システム消費者によるインプレッション数、興味カテゴリごとのシステム消費者によるインプレッション数、興味カテゴリの平均クリックスルー率、興味カテゴリの季節ごとの動向データ、平均コンバージョン率、ならびにそれらの組み合わせを含む。消費者の人口統計は、システムユーザの性別、人種、年齢、収入、教育、自宅の所有権、居住地、雇用状況、買い物の履歴、興味関心事に関連する情報、およびそれらの組み合わせを含む。一実施形態では、システムは、消費者ユーザの買い物の履歴を含む対話データを提供し、買い物の履歴は、例えば、システムを介して購入されたアイテムの履歴、第三者の買い物システムを介して購入されたアイテム、システムを介して閲覧されたアイテム、システムを介して購入されたアイテムのブランド、消費者の購入の嗜好で特定されたアイテム、第三者の買い物システムを介して購入されたアイテムのブランド、システムを介したブランドの閲覧履歴、消費者の購入の嗜好で特定されたブランド、またはそれらの組み合わせである。買い物履歴の対話データは、個々の消費者ユーザがそのような情報を提供し、かつそれらの消費者ユーザがその情報をブランドに流すことを許可する場合は、ブランドが入手できるようにすることができる。

10

【0239】

さらなる好ましい実施形態では、システムは、例えば、各個々のデータオブジェクトまたはデータオブジェクトとその派生データオブジェクトについて、データオブジェクト固有の対話データを生成し、システムは対話データを収集し、その対話データには、そのデータオブジェクトに関連付けられたブランドからアクセスすることができる。このデータオブジェクト固有の対話データは、これらに限定されないが、そのデータオブジェクト表現と対話しているシステムの消費者、そのデータオブジェクト表現と対話している1つまたはそれ以上の興味カテゴリの消費者、：の数および識別、そのデータオブジェクト表現と対話しているすべての消費者ユーザの消費者人口統計、データオブジェクト表現のクリック数、データオブジェクト表現のインプレッション数、データオブジェクト表現のクリックスルー率、データオブジェクトの季節ごとの動向データ、そのデータオブジェクトの平均コンバージョン率、ならびにそれらの組み合わせを含む。個々のデータオブジェクトについて収集することが可能な消費者の人口統計には、システムユーザの性別、人種、年齢、収入、教育、自宅の所有権、居住地、雇用状況、買い物の履歴、興味関心事に関連する情報、およびそれらの組み合わせが含まれる。一実施形態では、システムは、消費者ユーザの買い物の履歴を含むデータオブジェクト固有の対話データを提供し、買い物の履歴は、例えば、システムを介して購入されたアイテムの履歴、第三者の買い物システムを介して購入されたアイテム、システムを介して閲覧されたアイテム、システムを介して購入されたアイテムのブランド、消費者の購入の嗜好で特定されたアイテム、第三者の買い物システムを介して購入されたアイテムのブランド、システムを介したブランドの閲覧履歴、消費者の購入の嗜好で特定されたブランド、またはそれらの組み合わせである。買い物履歴の対話データは、個々の消費者ユーザがそのような情報を提供し、かつそれらの消費者ユーザがその情報をブランドに流すことを許可する場合は、ブランドが入手できるようにすることができる。

20

30

40

【0240】

一実施形態では、プロセッサは、定義された時間間隔にわたる対話データに基づいてシステム上の各ブランドの比較分析を生成するように構成された分析プログラムを含む。比較分析は、上記の1つまたはそれ以上の対話データのパラメータを、システム上のあるブランドと1つまたはそれ以上の他のブランドとの間で比較することを含む。比較は、システム上の全ブランドについて行うことも、かつ／または興味カテゴリもしくは下位カテゴリ内にあるすべてのブランドについて行うこともできる。例えば、あるブランドが靴を販売する場合、システムは、そのブランド自体についての対話データの分析を生成すること

50

ができるが、システムは、そのブランドと、靴を販売しているシステム上の他のブランドとの比較も提供することができる。これに関して、ブランドについてシステムから提供される対話データは、靴の買い物に関心を持つシステム上の消費者の数、靴に関心を持つ消費者の人口統計、靴の興味カテゴリ内のシステム消費者のクリック数、靴の興味カテゴリ内のシステム消費者によるインプレッション数、システム上で靴を閲覧する消費者の平均クリックスルー率、靴の興味カテゴリの季節ごとの動向データ、靴の興味カテゴリ内の平均コンバージョン率等を含むことができる。消費者ユーザのサンプリングで買い物の履歴情報が得られた場合、対話データは、それらの消費者ユーザについて、システムを介した靴の買い物の履歴、第三者の買い物システムを介した靴の購入、システムを介して閲覧された靴、システムを介して購入された靴のブランド、消費者の購入の嗜好で特定された靴、第三者の買い物システムを介して購入された靴のブランド、システムを介した靴のブランドの閲覧履歴、消費者の購入の嗜好で特定された靴のブランド、およびそれらの組み合わせを含むことができる。さらに他の実施形態では、分析プログラムは、あるブランドと、同じ興味カテゴリおよび場合により同じ価格帯のアイテムを販売している1つまたはそれ以上のブランドとの比較分析を生成することができる。これにより、ブランドは、同じ顧客ベースを持つブランドとどのように競うかをよりよく理解することができる。分析プログラムは、定義された時間間隔についての比較分析を生成することができ、定義された時間間隔は例えば、ブランドまたは競合ブランド（同じ興味カテゴリに別のブランドとして存在するブランド）がシステムに参加している期間全体（例えばブランドプロフィールが作成された日から現在まで）、ブランドまたは競合ブランドがシステムに参加している期間のうち任意の範囲、消費者がシステムにログインした日から所定の年数、月数、または日数さかのぼる期間、例えば消費者がシステムにログインした時から1～5年前、消費者がシステムにログインした時から1～6か月前等である。

【0241】

分析プログラムは、ブランド対話データに基づく分析も提供することができ、この分析には、これらに限定されないが、ブランドアイテムのデータオブジェクト表現の消費者によるクリック回数、ブランドアイテムのデータオブジェクト表現の消費者によるインプレッション数、ブランドアイテムのデータオブジェクト表現のクリックスルー率、ブランドアイテムデータオブジェクトのコンバージョン率、ブランドの興味カテゴリの消費者のクリック回数、ブランドの興味カテゴリの消費者によるインプレッション数、ブランドの興味カテゴリのクリックスルー率、ブランドの興味カテゴリのコンバージョン率、およびそれらの組み合わせが含まれる。一実施形態では、ブランド対話データは、(i) あるブランドを消費者の購入嗜好で特定した消費者；(ii) あるブランド興味カテゴリを消費者の購入嗜好で特定した消費者；(iii) あるブランドアイテムを消費者の購入嗜好で特定した消費者；(iv) あるブランド興味カテゴリを消費者の購入嗜好で特定した消費者；(v) あるブランドをフォローしている消費者；(vi) あるブランドアイテムをフォローしている消費者；(vii) あるブランドに「いいね」をしている消費者；(viii) あるブランドアイテムに「いいね」をしている消費者；(ix) あるブランドにコメントおよび／または評価している消費者；(x) あるブランドアイテムにコメントおよび／または評価している消費者；(xi) あるブランドアイテムを1つまたはそれ以上のリストに追加している消費者；ならびに、(xii) それらの組み合わせ、を対象とする。

【0242】

プロセッサは、同じブランドカテゴリおよび／もしくは興味カテゴリ、ならびに／または、総合ブランドカテゴリおよび／もしくは興味カテゴリにある追加的なブランドとの関連でブランドの順位データも提供することができる。したがって、プロセッサは、例えばシステム上で販売されているブランドアイテムや、そのブランドを自身の消費者の購入の嗜好で特定している消費者等：の数に基づいて、所与のブランドカテゴリおよび／または興味カテゴリにおける、順位付けされ、順序付けられたブランドのリストを生成することができる。例えば、プロセッサは、システム上で販売されている靴の数および／またはシステム上での靴の総売り上げの昇順／降順で、順位付けされ、順序付けられたシステム上

の靴のブランドのリストを生成することができる。そのような順位データは、あるブランドについて、期間を参照せずに、または、例えばブランドがシステムに登録した日および／または定義された日から現在までなどの指定された期間との関係で生成することができる。

【0243】

プロセッサは、他の場所と比較した任意の場所についての対話データを生成することができる。例えば、消費者ユーザが自身の地理的な位置を提供している場合、システムは、当該アイテムおよび／またはブランドに関心を表明した消費者ユーザがどこに居住しているかを表す、国、群、市等の地図を生成することができる。ブランドは、対話データを受け取りたい地理的場所を選択するか、または、システムが、そのブランドに関心を持つすべての消費者ユーザの所在地を反映した地図を作成することができる。地図は、地理的場所または地域ごとのそのブランドに対する消費者ユーザの相対的な関心も反映することができる。例えば、地図では、当該ブランドに関心を持つシステムの消費者ユーザを多数含む市を赤で強調し、一方、青色の市は、関心を持つ消費者ユーザの数が比較的少ないことを示すことができる。地図はさらに、その地理的場所の全人口との関係で、関心を持つ消費者ユーザの相対的な数を反映することができる。ブランドはその情報を使用して、例えば比較的高い人口密度で高い需要があるために実際のブランド店舗の店頭で対応するのに適する可能性のある地理的場所を見つけることができる。

【0244】

選択されたシステムコンテンツの集約および提示

追加的な実施形態で、本システムでは、消費者ユーザ、ブランド、および／または消費者ユーザのグループが、システム上で利用できるコンテンツ、例えば映像、スライドショー、音声、グラフィック、印刷媒体等、およびそれらの組み合わせを選択してシステム上でデータテーブルにまとめ、そのコンテンツを適切な提示形式または媒体で編成し、注釈を加え、提示し、そのプレゼンテーションをシステムの他の消費者ユーザが利用できるようにする。コンテンツは、一般にはすべてのシステム消費者ユーザが利用できるようにするか、コンテンツまたはその選択された一部は、消費者ユーザのサブセット、例えばアイテムクラブまたはブランドクラブのメンバーだけが利用できるようにする。個人は、場合により、プレゼンテーションに注釈を加える、例えばプレゼンテーションの全体または一部に文字、音声、および／または映像によるコメントを付加し、そのプレゼンテーションをシステム上の選択されたデータテーブルに保存し、そのプレゼンテーションをシステムの消費者ユーザのコミュニティまたはそのうち選択された者と共有することができる。

【0245】

例えば、あるブランドが特定の興味カテゴリのアイテムを販売促進したい場合には、その興味カテゴリのアイテムにシステム上で利用できるアイテム媒体、例えば印刷媒体（例えば文字による材料や印刷広告）、映像媒体（例えば映像広告（コマーシャル）、アイテムのデモンストレーション、映像によるレビュー等）、音声媒体（例えば音声広告、音声による討論フォーラム、またはポッドキャスト）等を、任意の適切な提示形式、例えばテレビおよび／またはコンピュータで閲覧可能なストリーミング映像に集約し、その際補助的な文字、視覚、および音声によるコメントを付加しても付加しなくともよく、そしてそのプレゼンテーションをシステムの消費者ユーザまたはそのうち選択された者が利用できるようにする。ブランドは、そのようなプレゼンテーション題材の集まりを、例えば選択された興味カテゴリのアイテムについて、またはアイテムカテゴリにまたがって、またはすべてのアイテムについて作成することができ、ブランドは、集約されたプレゼンテーションをシステム上の1つまたはそれ以上のデータテーブルに保存することができる。各プレゼンテーションは場合により名前および説明で識別され、プレゼンテーションには変更を加えることができ、例えば作成者またはその代理人により、新しいアイテムや内容を追加、更新、および／またはデータテーブルから削除することができる。また、消費者ユーザが、システム上で利用できるアイテムおよび／またはブランド媒体、例えばその消費者ユーザが関心を表明したアイテムおよび／またはブランド、例えば印刷媒体、映像媒体、

音声媒体等を任意の適切な提示形式で集約し、その際文字、視覚、および音声によるコメントを付加しても付加しなくともよく、そしてそのプレゼンテーションをシステムの他の消費者ユーザまたはそのうち選択された者が利用できるようにすることができる。同様に、消費者ユーザのグループまたは消費者の支持者グループもしくはその代表者も、システム上で利用できるアイテムおよび／またはブランド媒体、例えばそのグループによってレビューされたアイテムおよび／またはブランド、例えば印刷媒体、映像媒体、音声媒体等を、任意の適切な提示形式で集約し、その際文字、視覚、および音声によるコメントを付加しても付加しなくともよく、そしてそのプレゼンテーションをシステムの他の消費者ユーザまたはそのうち選択された者が利用できるようにすることができる。

【0246】

デスクトップおよび／またはモバイルコンピューティングインターフェースにおけるデータオブジェクト表現の提示は、優先的に、一番最近更新および／または作成されたデータオブジェクト表現を新しい順に並べたストリームとすることができる。図10(a)に示すように、データオブジェクト表現である図10(a)の要素A～Xのストリームは、GUI内で左から右、次いで下に流れる連続的な流れとして提示することができる。特定の実施形態では、GUIは、そのデータオブジェクト表現に対するシステム活動が継続的である場合には、データオブジェクト表現の無限のスクロールを表示する。あるいは、GUIは、GUIの大きさおよび解像度に応じて、GUIの1画面当たりに事前定義された一定数のデータオブジェクト表現を表示することができる。ユーザは、ウェブベースの場合はブラウザ、またはアプリケーションがコンピューティング機器に固有である場合はアプリケーションインターフェースの画面を下方にスクロールすることができる。データオブジェクト表現の数は無限に近く、したがってコンピュータデバイスで1つの完全なセットとして表示することができないため、そのようにして、システムは、閲覧可能なデータオブジェクト表現をセットにまとめることができる。ユーザが下方にスクロールするのに従い、インターフェースは表示する次のデータオブジェクト表現のセットを取り出す。また本明細書に記載されるように、ユーザは、データオブジェクトを選択して、選択したデータオブジェクトの詳細な表示を開くことにより、特定のデータオブジェクト表現と対話する。この表示は、図10(b)に示すような重畳表示(1001)とするか、または全画面表示(図示せず)とすることができる。

【0247】

それと同じデータオブジェクト表現のセットをテレビで提示するには、データセットを映像ストリームに編成することができ、各フレームは1つのテレビ画面で見ることができる、データオブジェクト表現の定義されたセットである。これを図(11)(a)～(c)に示し、利用可能なデータオブジェクト表現のセットがこの場合は1フレーム(例えばフレーム1(1101)、フレーム2(1102)、フレーム3(1103)、およびフレーム4(1104))当たり6つのデータオブジェクト表現として編成され、無限にある可能性のあるフレームのセット各々がいくつかのデータオブジェクト表現を含んでいる。1フレームで見ることができる各データオブジェクト表現をテレビ画面で完全に見ることができ、それにより視聴者に最適な体験をもたらすことは有益である。本システムは、システムの嗜好および／またはユーザの嗜好に基づいて、データオブジェクト表現の1つまたはそれ以上の異なるストリームを提供することができる。そのようなストリームは各々、管轄機関によってシステムに割り当てられたテレビ視聴用の1つまたはそれ以上の特定の周波数またはチャンネルに放送することができる。システムは、システムが使用されるのと同時に、データオブジェクト表現の各種ストリームを連続的に放送することができる。1つのフレームから次のフレームへの遷移は、システムによって提供される事前にプログラムされた遅延を有することができ、それにより各フレームを十分に見るのに最適な時間をユーザに与え、例えば1フレーム当たり3秒の場合は、各フレームが3秒間見られた後に次のフレームに遷移することを意味する。これは、代表的な遅延時間枠の一例に過ぎない。「3秒間の遅延」は、ストリーム中で各フレームを連続的に所定回数繰り返して通常の映像視聴体験を模倣することによって実現することもできる。

【0248】

データオブジェクト表現の特定のストリームを視聴する際には、デコーダと呼ばれるテレビデコーダが、ユーザがどのようにデータオブジェクト表現のストリームと対話できるかを決定する場合がある。各種のデコーダが、受信されたテレビ放送の伝送、すなわち、衛星（DVB-S、DVB-S2、DVB-SH）、ケーブル（DVB-C、DVB-C2）、および他の国際的に認知された伝送機構を介したデジタルビデオ放送（DVB）をデコードして、テレビで視聴可能な形式にすることに対応している。ストリームは、提供された周波数（例えばチャンネル）でUHFまたはVHFを通じて送信し、デコーダを使用せずに標準的なアンテナで受信することもでき、デコーダを使用しないということは視聴者がストリームと対話できないことを意味する。視聴者は、コンテンツがテレビ画面でストリーミングされる際にコンテンツの視聴のみが可能となる。

10

【0249】

特定のストリームをデコーダ、例えば、ケーブルデジタルビデオレコーダ（DVR）、TiVO、Roku、DirectTV、GoogleTV、Apple TVや、これらに限定されないが、XBOX360、XBOX1、PS3、PS4、および／またはWiiU等を含むゲームシステムで視聴する場合、システムは、データオブジェクト表現のストリームにおけるより対話性の高い体験をユーザに対して生成することができる。そのような対話型の体験は、開発環境、例えば、デコーダの商業的な映像アプリケーションを開発するためのプラットフォームを提供するDVB Multimedia Homeプラットフォームを使用して、デコーダ上で実現することができる。ストリーム中の独立した単位はデータオブジェクト表現のフレームであるため、デコーダの「選択」機能および／またはその遠隔制御装置を使用することにより、現在見ているフレームをさらに詳細に見るために特定することができる。データオブジェクト表現のストリームは、特定フレームのデータオブジェクトの詳細を見ている時にはユーザのために一時停止することができる。デコーダは、選択されたフレームに含まれるデータオブジェクト表現をシステムに要求できるようにされる場合がある。システムは、当該フレームの各データオブジェクト表現に完全なデータセットを返すか、またはデータが大き過ぎてデコーダに1つのメッセージで送ることができない場合には、1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現からなる小さいセットを返すことができる。そのようにして、デコーダは、ユーザに提示するために1つまたはそれ以上のデータオブジェクト表現の詳細を要求することができる。図11（b）および（c）に示すように、第1のデータオブジェクトであるデータオブジェクト表現A（1105）は、コンピュータ向けの表示（図10（a）～（b）に示す）と同様に、全詳細事項を表示することができる（1106）。また、ユーザは、デコーダおよび／またはその遠隔制御装置の「右」および「左」のコントロール（1107）を使用して、提供されたデータオブジェクト表現のセットをスクロールして移動することができる。「上」および「下」のコントロール（図示せず）を使用しても同じ機能を得ることができる。図11には1つのデータオブジェクト表現を見る方式を示すが、すべてのデータオブジェクト表現をフレームのように要約表示で、またはリストとして表示することができ、ユーザは上／下／左／右および選択のコントロールを使用して、見たいデータオブジェクト表現に移動することができる。ユーザは、デコーダおよび／またはその遠隔制御装置の「終了」のコントロールを押してストリームに戻ることができ、するとストリーミングが再開される。

20

30

40

【0250】

上記のように、データオブジェクト表現のストリームは1つまたはそれ以上ある可能性がある。各ストリームを独自の放送周波数に割り当てるか、または図12に示すような「オンデマンド」の方式を使用して各種ストリームを提供することができる。視聴者は、デコーダ上で所定のチャンネルを選択することができ、それにより、視聴が可能なストリームのリスト（図12ではそれぞれ主要ストリーム1～3およびn（1201～1204）と呼ぶ）、代表的なデータオブジェクト表現のセットの要約表示（1205）、ならびにストリームの説明（1206）を得ることができる。利用可能なストリームは、システム

50

がデフォルトで提供するストリームである。視聴者は、デコーダおよび／またはその遠隔制御装置の上／下および選択のコントロールを使用してストリームを選択することができる。ストリームが選択されると、ユーザは図 1 2 (b) に示すように視聴を開始し、図 1 1 で説明したのと同様の対話を行う。

【0 2 5 1】

「個人」ストリーム (1 2 0 7) を視聴者が利用できる場合もあり、これは選択されると、ユーザが図 1 2 (c) に示されるようにシステムにログインしてユーザ固有のセッションを確立することを要求する。システムは、左下に例として示すように、デコーダを通じて誰がログインしたのかについての情報を提供することができ、図の例では誰もログインしていないか、または最終的に誰かがログインする。デコーダはユーザセッションの制御も提供し、デコーダ自体を表示することもできる。ログインすると、ユーザは、図 1 2 (d) に示すように、そのユーザだけが利用できる追加的なデータオブジェクト表現ストリームのセットを見ることができる。そして、ユーザは、図 1 2 (a) で説明したようにリストと対話することができる。

【0 2 5 2】

視聴者がテレビデコーダからシステムにログインする機構は、デコーダがユーザにデコーダ固有の「キー」、すなわち、例えば、場合により 1 つまたはそれ以上の特殊文字を含む英数文字列を提供することにより、より効率的にすることができる。デコーダは、当技術分野で認知されている 1 つまたはそれ以上の方法 (アルゴリズム) を使用して、信号を復号 (および同様に符号化) し、適する方法には、これらに限定されないが、ケーブル用の Q A M、無線送信用の A T S C、インターネットコンテンツ用の I P 等が含まれる。キーはその後、ウェブ、モバイル、または他のコンピュータ向けのインターフェースを介して視聴者がシステムに入力することができ、それによりユーザのテレビデコーダをシステム上でのユーザのログインに関連付けることができる。そのようにしてデコーダが自動的に自身をシステムに対して認証することができるので、ユーザは、テレビの電源を入れると自動的にシステムにログインすることができる。デコーダのキーを取得する機構は、ユーザが手動でシステムに入力できるようにテレビ画面でユーザに提示することも、またはユーザが介在せずにデコーダとシステムの間で自動的に行うこともできる。キーは、デコーダから例えば U S B スティックなどの外部の記憶媒体にコピーして、そこからシステムで提供されるサービスを介してシステムにアップロードすることもできる。キーは、ユーザがデコーダから手動でシステムにログインした後にデコーダからシステムに渡すこともできる。通例は、デコーダとシステム間のこの種の対話をユーザに通知して、デコーダのキーをシステムに記憶することを選択しない選択肢を与えるのが最良のやり方である。また、システムは、視聴者が複数のデコーダを所有している場合に、視聴者が 1 つまたはそれ以上のテレビデコーダを所有することに対応することができる。

【0 2 5 3】

収益化

本システムは任意の適切な方法で収益化することができる。一実施形態では、消費者ユーザがシステムの会員になるために料金を支払うことができ、または一般的なアクセスを行う会員は無料にするが、システムの特定のサービスまたは特定の部分の利用は料金を徴収することができる。例えば、一般アクセスの会員は無料にするが、消費者ユーザがブランドクラブまたはアイテムクラブのメンバになるには料金を支払う場合がある。

【0 2 5 4】

好ましい実施形態では、消費者ユーザは無料でシステムに無制限にアクセスできるようにし、一方、ブランドは上記のようにシステムにアクセスし、システム上でアイテムを販売促進するために料金を支払う。一実施形態では、ブランドは、システム上で広告を出す、かつ／またはブランドアイテムを見るためのブランドのウェブサイトのハイパーリンクをシステム上に含めるには料金を支払う。また、ブランドは登録料を支払う場合もあり、例えばサイトに一般アクセスするための一回限りの固定料金、または定期的な利用料、例えば月ごと、隔月、年に 1 回、半年に 1 回等の単位で支払うことが可能な、サイトに一般

アクセスするための固定料金を払う。一実施形態では、ブランドがシステムに一般アクセスするのは無料であるのに対し、システム上でのブランドページの作成および表示は、一回限りの固定料金、定期的な固定料金、インプレッション数単位の固定料金（当分野で「コストパーインプレッション」またはC P Mと呼ばれる）、クリックを通じてブランドのウェブサイトへ移動するためのクリック数単位の固定料金（「コストパークリック」またはC P Cと呼ばれる）で提供することができる。あるいは、システム上でのアイテム一覧の追加も、一回限りの固定料金、定期的な固定料金、システム上でのアイテム一覧のインプレッション数単位の固定料金、または、アイテムの売り上げの一定割合に基づく料金で提供することができる。一実施形態では、ブランドは、システム上で定義された数のアイテムは無料でリスト化することができ、追加料金を払ってその基本数を超える数のアイテムをリスト化することができる。

10

【0255】

さらに、ブランドページに特定の機能を含めることに追加料金を徴収することができる。一実施形態では、ブランドは、定義された数の画像、映像、および他の媒体をブランドページに含めることができるが、追加料金を支払うことにより、ブランドは追加的な文書（例えばアイテムの添付文書、マニュアル等）、画像、映像、および他の媒体を含めることができる。追加料金は、追加的な画像、映像、もしくは媒体1つ当たりの固定料金、またはその画像、映像、もしくは媒体を見るためのクリックスルーをもたらししたインプレッション数に基づくことができる。また、ブランドまたはそのブランドの小売業者もしくは販売業者のウェブサイトへのリンクを含めることは、追加的な固定料金、そのウェブサイトへのクリックスルー単位の費用、またはアイテムの売り上げの一定割合に基づく料金で提供することができる。ブランドは、ブランドページに通話ボタンを含めることもでき、例えばブランドの電話番号（例えばブランドの顧客サービスや営業担当等）へのリンクを含めて、そのリンクが消費者ユーザによってクリックされるとその電話番号に通話が発信される。通話ボタンを含めることは、通話ボタン1つ当たりの固定料金、通話ボタンへのクリックスルーごとのクリック単位の費用、またはアイテム売り上げの一定割合に基づいて計算される料金で提供することができる。上記のように、宣伝強化アイテムリストにアイテムを追加すること、および／または宣伝強化ブランドのリストにブランドを追加することにも、宣伝強化リストに表示するためのインプレッション数単位の費用、宣伝強化リストに表示するためのクリック数単位の費用、宣伝強化リストに表示することを競うシステム上でのブランド間の競売（入札は固定価格、インプレッション数単位の費用、またはクリック数単位の費用で行われる）の形で追加料金を徴収することができる。

20

30

【0256】

収益化は、システムを介して購入されるアイテムに基づくこともできる。例えば、あるアイテムが直接本システムを通じて、または第三者のウェブサイトを通じて購入された場合、ブランドは、アイテムの購入がシステムで開始されるたびに（購入が第三者のウェブサイトですべて完了された場合でも）クリック数単位の費用の固定料金、またはアイテムの売り上げに基づくクリック数単位の費用、または本システムで開始された第三者のウェブサイトでのセッション中に購入されたアイテムのすべてもしくは一部の売り上げの一定割合、を支払う。

40

【0257】

さらに、システム上でアイテムの広告を出す、例えば検索結果画面および／または推薦画面で目立つように広告を配置する。そのような各広告方法は、クリック数単位の費用、インプレッション数単位の費用、または固定料金、および場合によりシステム上の広告スペースを得るためのシステム上で行われるブランド間の競売で提供することができる。

【0258】

この他の収益化方法も企図される。例えば、システムは、各種の対話データを無料でブランドに提供する一方で、特定種類の対話データや、異なる形式もしくは特注形式の対話データの提示は、追加料金で提供することができる。例えば、人口統計情報は追加料金で提供することができ、場合により、その人口統計に該当する消費者ユーザの相対的な地理

50

的场所も反映するように人口統計情報を提示することにも追加料金を徴収することができる。さらに、システムは、スマートフォン、GPS、タブレット等で動作して、消費者ユーザが訪れた店舗で購入できるアイテムでシステム上にあるアイテムを表示する付属アプリケーションを提供することもできる。付属アプリケーションは、任意の料金で消費者ユーザおよび／またはブランド、小売業者等に提供することができる。付属アプリケーションは、ブランドや小売業者等によって、任意の料金で消費者ユーザに提供することもできる。付属アプリケーションは、ブランド、小売業者等に特化して、消費者ユーザ向けに開発することもできる。

【0259】

さらに、本システムのバージョンをブランドに提供して、ブランドが上記のようにそのブランドのアイテムだけに絞ったシステムを作成できるようにしてもよい。そのようなブランドに合わせて作られたバージョンのシステムは、ソフトウェアをカスタマイズするための初期価格や、そのシステムをブランドのプラットフォームとして使用することで得られる売り上げの一定割合、システムサーバを稼働させるためのサービス料等で提供することができる。

【0260】

特定の実施形態

(a) 子供向けのシステム

好ましい実施形態では、上記のシステムが子供が使用するために設計される。その種のシステムに含まれるアイテムは、例えば子供にとって安全であり、好ましくは、関連する安全性情報をデータオブジェクトに含み、さらに教育的な評価付けと適切な年齢層および性別の指示を含む。システムは、好ましくは、子供のプロフィールを親のプロフィールにリンクすることを必要とし、子供のプロフィールはペアレンタルコントロールの設定を含み、それにより親がシステム上での子供の活動を観察できると共に、子供がデータオブジェクトで見ることのできるフィールドをカスタマイズすることができ、例えばそのデータオブジェクトに関連付けられた価格、広告、年齢的に不適当なコンテンツ、およびコメントを削除することができる。親は、システム上での子供の活動の利用を、システム上の他の消費者ユーザおよびブランドユーザのうち制限されたセットに制限することもできる。また、システムは、子供向けに作られた要素、例えば年齢に適したジョークやゲーム等を含むことができる。

【0261】

(b) 投票機構

上記のように、消費者ユーザは、例えば連絡先とアイテムやブランドを共有する、データオブジェクト表現を追加する、かつ／またはデータオブジェクト表現についてコメントする等により、システム上で1人またはそれ以上の連絡先と対話することができる。特定の一実施形態では、消費者ユーザはシステムを使用して、自身が関心を持っている1つまたはそれ以上のアイテムまたはブランドのデータオブジェクトに関して1人またはそれ以上の連絡先にコメントを要求することができる。例えば、消費者ユーザが2つ以上のアイテムの購入を検討している場合、システムを介してそれらのアイテムのページを自分の連絡先のネットワークにいる1人またはそれ以上の連絡先と共有し、それらの連絡先に、購入すべきアイテムまたはブランドに投票するか、またはその他の形でコメントするように求めることができる。一実施形態では、システムは投票機構を提供し、その投票機構がシステムを介して消費者ユーザから1人またはそれ以上の連絡先に送られ、その投票機構で1人またはそれ以上の連絡先は当該消費者ユーザが購入すべきアイテムまたはブランドを示すことができる。また、投票機構は、1人またはそれ以上の連絡先がアイテムの提供についてコメントできるフィールドも含む。一実施形態では、消費者ユーザは、自分のネットワークにいる連絡先のサブセット、例えば連絡先や家族のうち選択されたグループだけに、上記のようなアイテム／ブランドの比較についての感想を要求することができる。この投票機構に含まれる連絡先や家族は、データオブジェクト表現のコメントフィールドにコメントを加えることができ、連絡先や家族は、消費者ユーザが代わりに検討する可能性

のある他のアイテム／ブランドを提案することもできる。場合により、この投票機構に消費者ユーザによって時間制限を設けるか、または無制限とすることができる。消費者ユーザが投票機構に時間制限を設ける場合、データオブジェクト表現は、投票の残り時間を示すカウントダウンを含むように変更を加えることができる。一実施形態では、そのような投票機構の会話をブランドが監視することができ、ブランドはアイテムまたはブランドに関して自由にその会話に参加することができる。投票機構の対象となるデータオブジェクト表現は何らかの形で強調表示して、システム内の他のデータオブジェクト表現から区別することもでき、例えば色分けしてそれが投票機構の対象であることを示す。

【0262】

(c) ブランド対ブランドの挑戦

本システムを使用して、ブランドが自身のアイテムを競合ブランドのアイテムと比較することもできる。例えば、ブランドが競合ブランドに関する販売促進データオブジェクトについてコメントするか、またはそのようなオブジェクトを作成することにより、その競合ブランドがそれに対するコメントを提出するよう挑むと共に、それらのブランド／競合ブランドアイテムのユーザもその挑戦に参加することができる。特定の一実施形態では、自動車のメーカーが新車についてのデータオブジェクトを作成し、そのデータオブジェクト表現は、その自動車の機能のうち同じ等級の競合社製品よりも優れている機能を強調する。自動車メーカーは、競合する自動車メーカーに、その競合社に関連する情報を含むそのデータオブジェクトを作成したことを通知し、競合メーカーは、例えば言葉や、または第1の自動車メーカーの方が優れていることに反論する解説文書を含めることにより、コメントフィールドでそのデータオブジェクト表現についてコメントすることができる。この討論はシステム内でその自動車メーカーおよび／または競合自動車メーカーと関係を持つ消費者ユーザに表示され、それらの消費者ユーザもデータオブジェクト表現で行われる討論にコメントを提出することができる。上記の投票機構と同様に、ブランド対ブランドの挑戦も挑戦の一方の関係者によって設定される時間制限を設けることができ、その目的のために作成されたデータオブジェクト表現は強調表示してシステム内の他のデータオブジェクト表現から区別することができ、例えば色分けしてそれがブランド対ブランドの挑戦の対象であることを示す。

【0263】

システムアーキテクチャ

図8は、本発明の各種態様を実装するために使用することができる適切なコンピューティングシステム環境(800)の一例を示す。このコンピューティングシステム環境は、適切なコンピューティング環境の一例に過ぎず、本発明の使用または機能の範囲に関して何らの制限を示唆するものではない。コンピューティング環境(800)は、例示的動作環境(800)に示す構成要素の1つまたは組み合わせに関する依存性や必要性を有するものとも解釈すべきでない。本発明は、多数の他の汎用または特殊目的のコンピューティングシステム環境または構成で機能することができる。本発明に使用するのに適する可能性のある、よく知られるコンピューティングシステム、環境、および／または構成の例には、これらに限定されないが、パーソナルコンピュータ、サーバコンピュータ、手持ち型機器(例えば「スマートフォン」やタブレット機器等)、ラップトップ機器、マルチプロセッサシステム、マイクロプロセッサを利用したシステム、セットトップボックス、プログラム可能な消費者家電製品、ネットワークPC、ミニコンピュータ、メインフレームコンピュータ、上記のシステムまたは機器もしくはそれらの構成要素を含む分散コンピューティング環境等が含まれる。

【0264】

コンピューティング環境は、1つまたはそれ以上のプログラムモジュールなどのコンピュータ実行可能命令を実行することができる。一般に、プログラムモジュールには、特定の作業を行うか、または特定の抽象データ型を実装する、ルーチン、プログラム、オブジェクト、コンポーネント、データ構造等が含まれる。本発明は、通信ネットワークを通じて結ばれた遠隔の処理機器によってタスクが行われる分散コンピューティング環境で実施

することもできる。分散コンピューティング環境では、プログラムモジュールは、メモリ記憶装置を含むローカルおよびリモート両方のコンピュータ記憶媒体に置くことができる。

【0265】

図8は、本発明の態様を実装するためのシステム例を示し、このシステムはコンピュータ(810)を含む。コンピュータ(810)の構成要素は、これらに限定されないが、処理装置(820)、システムメモリ(830)、およびシステムメモリを含む各種のシステム構成要素を処理装置(820)に結合するシステムバス(821)を含む可能性がある。システムバス(821)は任意の適切なバス構造を備えることができる。

【0266】

コンピュータ(810)は、通例、各種のコンピュータ読取り可能媒体を備える。コンピュータ読取り可能媒体は、コンピュータ(810)からアクセス可能な任意の利用可能な媒体でよく、揮発性および不揮発性の媒体、ならびに取り外し可能および取り外し不能媒体の両方を含む。限定ではなく例として、コンピュータ読取り可能媒体はコンピュータ記憶媒体および通信媒体を含み得る。コンピュータ記憶媒体は、情報を記憶するための任意の方法または技術で実装された揮発性および不揮発性、取り外し可能および取り外し不能の媒体を含む。情報には、例えば、コンピュータ可読命令、データ構造、プログラムモジュール、または他のデータが含まれることがある。コンピュータ記憶媒体には、これらに限定されないが、RAM、ROM、EEPROM、フラッシュメモリ、もしくは他のメモリ技術、CD-ROM、デジタル多用途ディスク(DVD)、もしくは他の光ディスク記憶、磁気カセット、磁気テープ、磁気ディスク記憶、もしくは他の磁気記憶装置、または所望の情報を記憶するために使用することができ、コンピュータ(810)によるアクセスが可能な他の媒体が含まれる。通信媒体は、通例、コンピュータ可読命令、データ構造、プログラムモジュール、または他のデータを、搬送波や他の移送機構などの変調データ信号に具現化し、情報伝達媒体を含む。用語「変調データ信号」は、信号中に情報を符号化するような形で特性の1つまたはそれ以上を設定または変更した信号を意味する。限定ではなく例として、通信媒体は、有線ネットワークや直接配線接続などの有線媒体、および音響、RF、赤外線、他のワイヤレス媒体などの無線媒体を含むことができる。上記媒体の組み合わせもコンピュータ読取り可能媒体の範囲に含まれる。

【0267】

システムメモリ(830)は、読み取り専用メモリ(ROM)(831)およびランダムアクセスメモリ(RAM)(832)などの揮発性メモリならびに／または不揮発性メモリの形態のコンピュータ記憶媒体を含む。起動時などにコンピュータ(810)内の要素間の情報の転送を助ける基本ルーチンを含んでいる基本入出力システム(833)(BIOS)は通例ROM(831)に記憶される。RAM(832)は、通例、処理装置(820)から直ちにアクセスできる、かつ／または処理装置(820)によって現在操作されているデータおよび／またはプログラムモジュールを保持する。限定ではなく例として、図8には、オペレーティングシステム(834)、アプリケーションプログラム(835)、他のプログラムモジュール(836)、およびプログラムデータ(837)を示す。

【0268】

コンピュータ(810)は、他の取り外し可能／取り外し不能、揮発性／不揮発性のコンピュータ記憶媒体も含むことができる。例えば、図8には、取り外し不能、不揮発性の磁気媒体の読み書きを行うハードディスクドライブ(841)、取り外し可能、不揮発性の磁気ディスク(852)の読み書きを行う磁気ディスクドライブ(851)、およびCD-ROMや他の光学媒体などの取り外し可能、不揮発性の光ディスク(856)の読み書きを行う光ディスクドライブ(855)を示す。例示的動作環境で使用することができる他の取り外し可能／取り外し不能、揮発性／不揮発性のコンピュータ記憶媒体には、これらに限定されないが、磁気テープカセット、フラッシュメモリカード、デジタル多用途ディスク、デジタル映像テープ、固体素子RAM、固体素子ROM等が含まれる。ハード

10

20

30

40

50

ディスクドライブ（８４１）は、通例、インターフェース（８４０）などの取り外し不能メモリインターフェースを通じてシステムバス（８２１）に接続され、磁気ディスクドライブ（８５１）および光ディスクドライブ（８５５）は、通例、インターフェース（８５０）などの取り外し可能メモリインターフェースでシステムバス（８２１）に接続される。

【０２６９】

これらのドライブとそれに関連付けられた上記のコンピュータ記憶媒体は、コンピュータ（８１０）のコンピュータ可読命令、データ構造、プログラムモジュール、および他のデータの記憶を提供する。例えば、図では、ハードディスクドライブ（８４１）に、オペレーティングシステム（８４４）、アプリケーションプログラム（８４５）、他のプログラムモジュール（８４６）、およびプログラムデータ（８４７）が記憶されている。これらの構成要素は、オペレーティングシステム（８３４）、アプリケーションプログラム（８３５）、他のプログラムモジュール（８３６）、およびプログラムデータ（８３７）と同じである場合も異なる場合もある。ここでは、オペレーティングシステム（８４４）、アプリケーションプログラム（８４５）、他のプログラムモジュール（８４６）、およびプログラムデータ（８４７）には異なる符号を付与して、それらが少なくとも同じ命令セットの異なるコピーであることを示している。

【０２７０】

ユーザは、キーボード（８６２）、およびタッチ画面、マウス、トラックボール等のポインティングデバイス（８６１）などの入力装置を通じてコンピュータ（８１０）にコマンドと情報を入力することができる。他の入力装置（図示せず）には、マイクロフォン、ジョイスティック、ゲームパッド、衛星受信アンテナ、スキャナ等がある。上記および他の入力装置はしばしば、多くの場合システムバスに結合されるユーザ入力インターフェース（８６０）を通じて処理装置（８２０）に接続されるが、代わりに、パラレルポート、ゲームポート、またはユニバーサルシリアルバス（ＵＳＢ）等の他のインターフェースおよびバス構造で接続することもできる。モニタ（８９１）または他の種類の表示装置も、映像インターフェース（８９０）などのインターフェースを介してシステムバス（８２１）に接続される。モニタに加えて、コンピュータは、スピーカ（８９７）やプリンタ（８９６）などの他の周辺出力装置も含むことができ、それらは出力周辺インターフェース（８９５）を通じて接続することができる。

【０２７１】

コンピュータ（８１０）は、図の例示的構成のリモートコンピュータ（８８０）などの１つまたはそれ以上のリモートコンピュータへの論理接続を使用するネットワーク環境で動作することができる。リモートコンピュータ（８８０）は、サーバ、パーソナルコンピュータ、ルータ、ネットワークＰＣ、ピアデバイス、または他の一般的なネットワークノード等であり、図にはメモリ記憶装置（８８１）のみを示すが、通例は、コンピュータ（８１０）との関連で上述した要素の多くまたはすべてを含む。図の論理接続はローカルエリアネットワーク（ＬＡＮ）（８７１）およびワイドエリアネットワーク（ＷＡＮ）（８７３）を含むが、他のネットワークを含む場合もある。このようなネットワーキング環境は、オフィス、企業規模のコンピュータネットワーク、イントラネット、およびインターネットで広く見られる。

【０２７２】

ＬＡＮネットワーキング環境で使用される場合、コンピュータ（８１０）は、ネットワークインターフェースまたはアダプタ（８７０）を通じてＬＡＮ（８７１）に接続される。ＷＡＮネットワーキング環境で使用される場合、コンピュータ（８１０）は、通例、モデム（８７２）、またはインターネットなどのＷＡＮ（８７３）を通じて通信を確立するための他の手段を備える。モデム（８７２）は内蔵型である場合も外付け型である場合もあり、ユーザ入力インターフェース（８６０）または他の適切な機構を介してシステムバス（８２１）に接続することができる。ネットワーク環境では、コンピュータ（８１０）に関して図示するプログラムモジュールまたはその一部は遠隔のメモリ記憶装置に記憶す

10

20

30

40

50

ることができる。例として、図では、リモートアプリケーションプログラム（８８５）がメモリ装置（８８１）に存在する。図のネットワーク接続は単なる例であり、コンピュータ間に通信リンクを確立する他の手段を使用できることが認識されよう。

【０２７３】

図９は、一実施形態を示し、ここでは、本発明は、通信ネットワークを通じて結ばれた遠隔の処理機器によってタスクが行われる分散コンピューティング環境（９００）で実施することもできる。図９に示す分散環境では、ユーザ入力インターフェースはウェブブラウザ（９０２）を備えるローカルコンピュータ（９０１）に提供され、かつ／または、ユーザ入力インターフェースは、システム（９０５）にアクセスできるアプリケーション（９０４）を含むスマートフォン（９０３）に提供される。システム（９０５）は、通信ネットワークを通じて結ばれた１つまたはそれ以上の遠隔の処理機器を含み、各遠隔の処理機器は、１つまたはそれ以上のプログラム、オブジェクト、コンポーネント、データ構造等を実行する、かつ／またはそれらとインターフェースを取ることににより、１つまたはそれ以上のタスクまたはルーチンを行う。図９に示すシステムでは、モジュール（９０６）によって稼働されるウェブサイトがウェブブラウザ（９０２）とインターフェースを取り、そのウェブサイトがウェブサービス機器（９０７）とインターフェースを取る。あるいは、アプリケーション（９０４）が直接ウェブサービス機器（９０７）とインターフェースを取ることができる。ウェブサービス機器は、対話データを収集し、かつ／またはデータベース（９０８）の対話データを送出する。一実施形態では、システムはさらに、メッセージを受信し、そのメッセージをメッセージ待ち行列（９１０）に入れて処理して、システム上のデータトラフィックを効率的に管理するように構成された１つまたはそれ以上の作業モジュール（９０９）を備える。例えば、システムがデータオブジェクトを変更するための情報を消費者ユーザから受信すると、作業モジュールはそのメッセージを処理して例えば派生データオブジェクトを作成し、その派生データオブジェクトをシステム内の消費者ユーザおよび／またはブランドユーザのサブセットに表示することができる。

【０２７４】

本発明の少なくとも１つの実施形態のいくつかの態様を説明したが、当業者には各種の改変、変更、および改良が容易に想到されることを認識されたい。そのような改変、変更、および改良は本開示の一部をなすことが意図され、本発明の主旨および範囲内にあることが意図される。さらに、本発明のいくつかの利点を示すが、本発明のすべての実施形態が本明細書に記載されるすべての利点を含む訳ではなく、記載されない他の利点を実現できる可能性があることを認識されたい。さらに、実施形態の中には、本明細書で有利であると述べられる特徴を実装しないものがある可能性がある。したがって、上記の説明および図面は単なる例に過ぎない。

【０２７５】

上記の本発明の実施形態は多数の方式で実施することができる。例えば、実施形態は、ハードウェア、ソフトウェア、またはそれらの組み合わせを使用して実施することができる。ソフトウェアで実施される場合、ソフトウェアコードは、任意の適切なプロセッサ、またはプロセッサの集まりで実行することができ、プロセッサの集まりは単一のコンピュータに設けられることも、複数のコンピュータに分散させることもできる。そのようなプロセッサは集積回路として実装することができ、１つまたはそれ以上のプロセッサが１つの集積回路構成要素に含まれる。ただし、プロセッサは任意の適切な形式の回路を使用して実装することができる。さらに、コンピュータはいくつかの形態で具現化することができ、そのうちいくつかを上記に記載したことを認識されたい。

【０２７６】

上記のように、コンピュータは１つまたはそれ以上の入力装置および出力装置を有することができる。それらの装置を使用して、特にユーザインターフェースを提示することができる。ユーザインターフェースを提供するために使用できる出力装置の例には、出力を視覚的に提示するためのプリンタまたは表示画面、および出力を音声で提示するためのスピーカや他の音声生成装置が含まれる。ユーザインターフェースとして使用することがで

きる入力装置の例には、キーボード、およびマウス、タッチパッド、デジタル化タブレット等のポインティングデバイスが含まれる。別の例として、コンピュータは、入力情報を、音声認識または他の可聴形式で受け取ることができる。

【0277】

また、本明細書で概説する各種方法またはプロセスは、各種のオペレーティングシステムまたはプラットフォームの1つを用いる1つまたはそれ以上のプロセッサで実行可能なソフトウェアとしてコード化することができる。また、そのようなソフトウェアは、いくつかの適切なプログラミング言語および／またはプログラミングツールもしくはスクリプトツールを使用して書くことができ、また任意のフレームワークまたは仮想機械で実行される実行可能な機械言語コードまたは中間コードとしてコンパイルすることもできる。

10

【0278】

この点で、本発明は、1つまたはそれ以上のコンピュータまたは他のプロセッサによって実行されると上記の本発明の各種実施形態を実装する方法を行う1つまたはそれ以上のプログラムが符号化された、1つのコンピュータ読取り可能記憶媒体（または複数のコンピュータ読取り可能媒体）（例えばコンピュータメモリ、1つまたはそれ以上のフロッピー（登録商標）ディスク、コンパクトディスク（CD）、光ディスク、デジタル映像ディスク（DVD）、磁気テープ、フラッシュメモリ、半導体装置中の回路構成、または他の有形のコンピュータ記憶媒体）として具現化することができる。上述の例から明らかなように、コンピュータ読取り可能記憶媒体は、コンピュータ実行可能命令を非一時的な形態で提供するのに十分な時間にわたって情報を保持することができる。そのような1つまたはそれ以上のコンピュータ読取り可能記憶媒体は移送可能とすることができ、媒体に記憶された1つまたはそれ以上のプログラムを1つまたはそれ以上の異なるコンピュータまたは他のプロセッサにロードして、上記の本発明の各種態様を実装することができる。本明細書で使用される場合、用語「コンピュータ読取り可能記憶媒体」は、製造（例えば製造品）または機械と見なすことができるコンピュータ読取り可能媒体だけを包含する。それに代えて、またはそれに加えて、本発明は、伝搬信号など、コンピュータ読取り可能記憶媒体以外のコンピュータ読取り可能媒体として具現化することもできる。

20

【0279】

用語「プログラム」または「ソフトウェア」は本明細書では、上記の本発明の各種態様を実装するようにコンピュータまたは他のプロセッサをプログラムするために用いることができる任意種のコンピュータコードまたはコンピュータ実行可能命令のセットを指す一般的な意味で使用される。また、この実施形態の一態様によると、実行されると本発明の方法を行う1つまたはそれ以上のコンピュータプログラムは、単一のコンピュータまたはプロセッサに存在する必要はなく、いくつかの異なるコンピュータまたはプロセッサにモジュール的に分散させて本発明の各種態様を実装できることを認識されたい。

30

【0280】

コンピュータ実行可能命令は、1つまたはそれ以上のコンピュータまたは他の装置によって実行される、プログラムモジュールなどの多数の形態を取ることができる。一般に、プログラムモジュールには、特定の作業を行うか、または特定の抽象データ型を実装する、ルーチン、プログラム、オブジェクト、コンポーネント、およびデータ構造が含まれる。通例、プログラムモジュールの機能は、各種の実施形態で適宜組み合わせることも、分散させることもできる。

40

【0281】

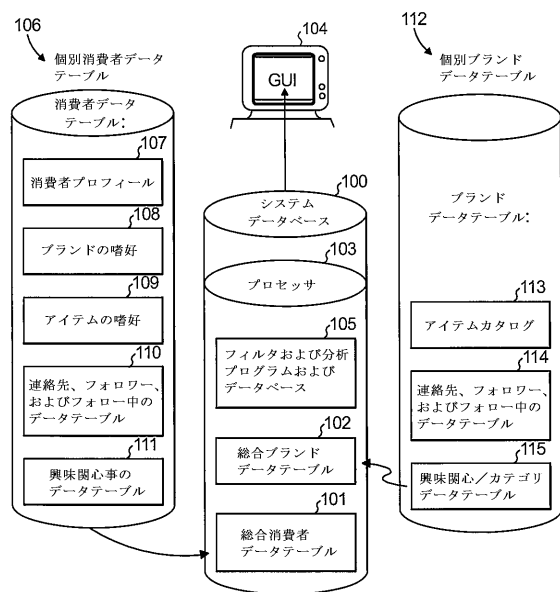
また、データ構造は、適切な形態でコンピュータ読み取り可能媒体に記憶することができる。説明を簡潔にするために、データ構造は、データ構造中の場所を通じて関係付けられたフィールドを持つものと説明することができる。そのような関係は、同様に、フィールド間の関係を伝えるコンピュータ読取り可能媒体中の位置を、フィールドのための記憶域に割り当てることによって実現することもできる。ただし、任意の適切な機構を使用してデータ構造のフィールドの情報間の関係を確立することができ、ポインタ、タグ、またはデータ要素間の関係を確立する他の機構を使用することができる。

50

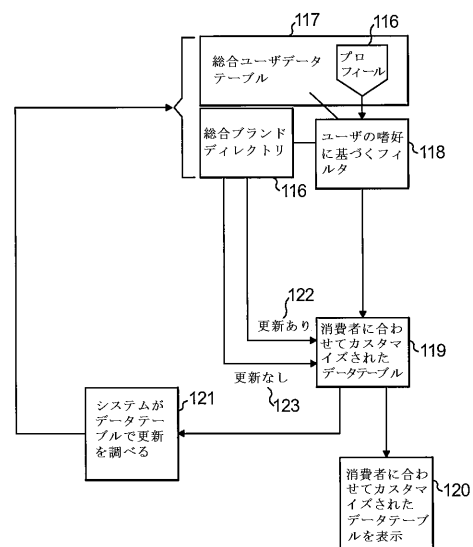
【0282】

本発明の範囲は本明細書に記載される特定の実施形態によって限定されるものではない。本明細書に記載される変更以外の方法の各種変更が、上述の説明および添付図面から当業者に明らかになろう。そのような変更は特許請求の範囲内にいることが意図される。本明細書では各種文献を引用したが、それらの開示内容は参照により全体が本明細書に組み入れられる。

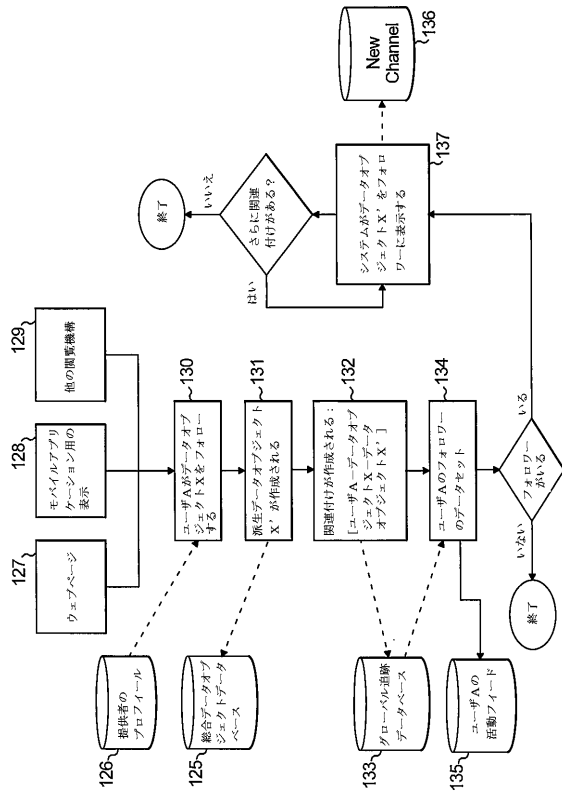
【図1a】



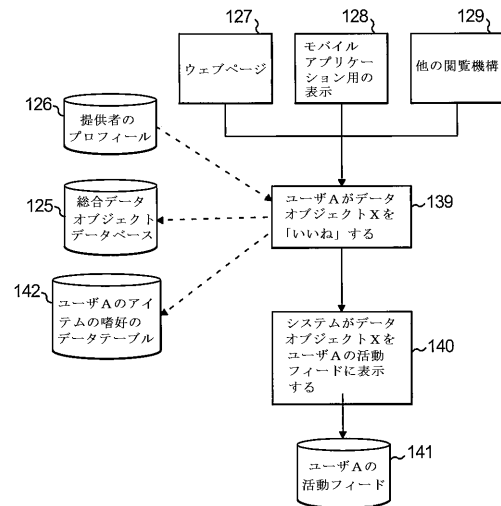
【図1b】



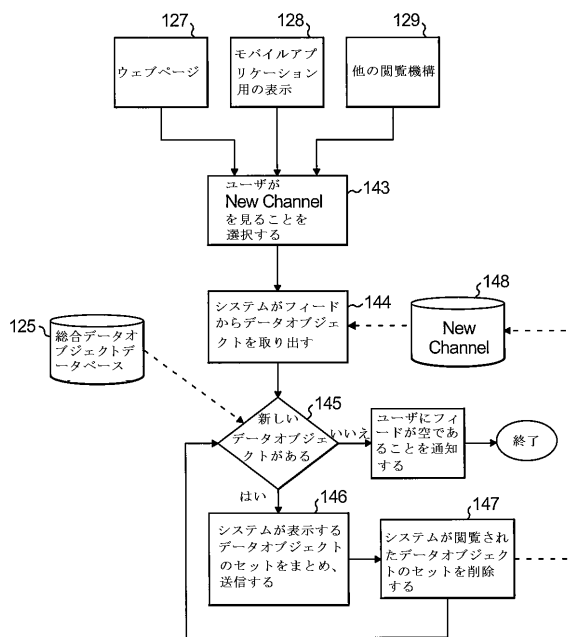
【図 1 c】



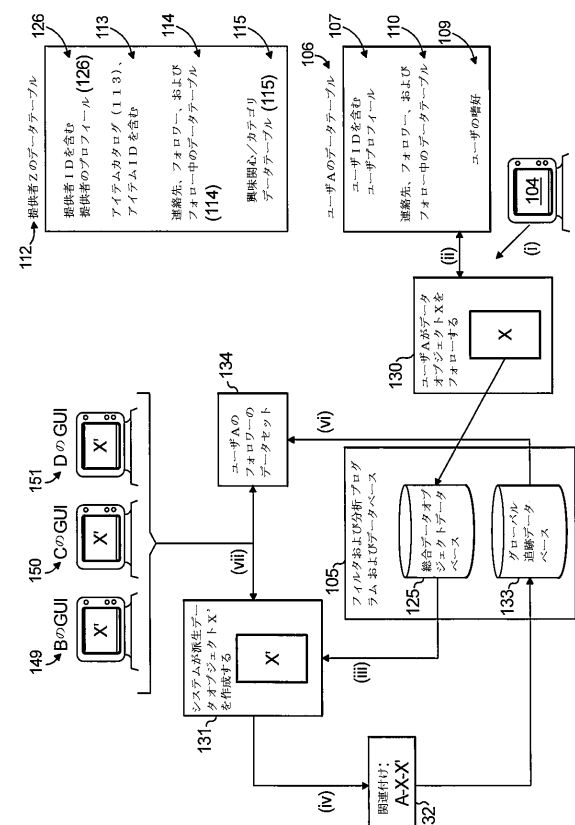
【図 1 d】



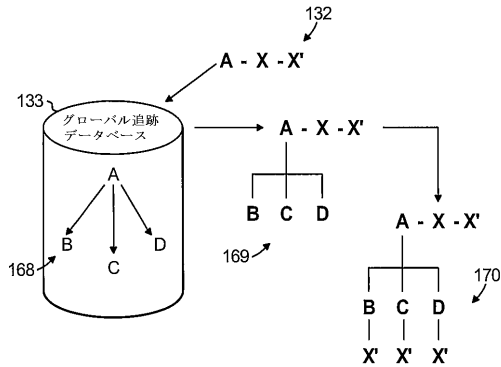
【図 1 e】



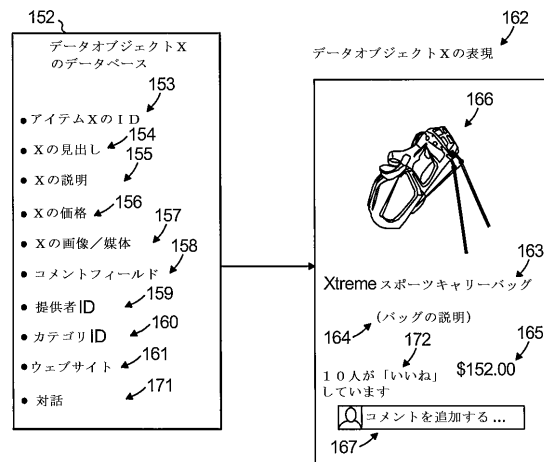
【図 1 f】



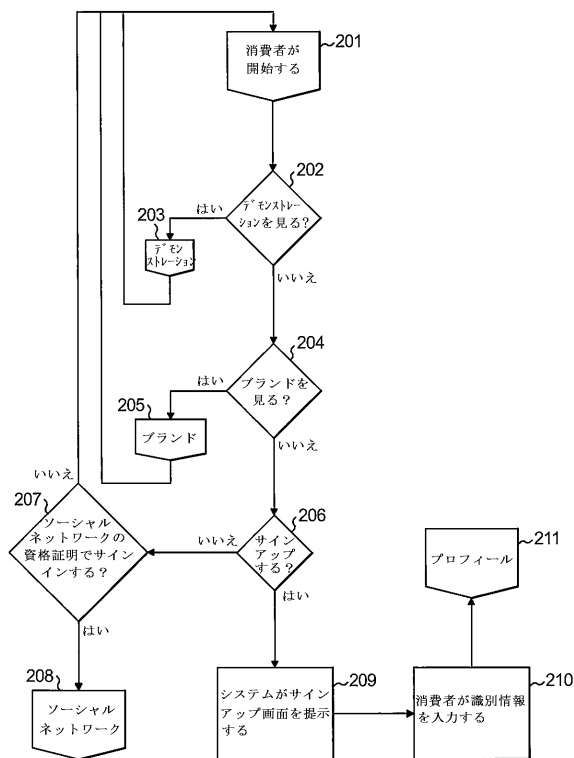
【図 1 g】



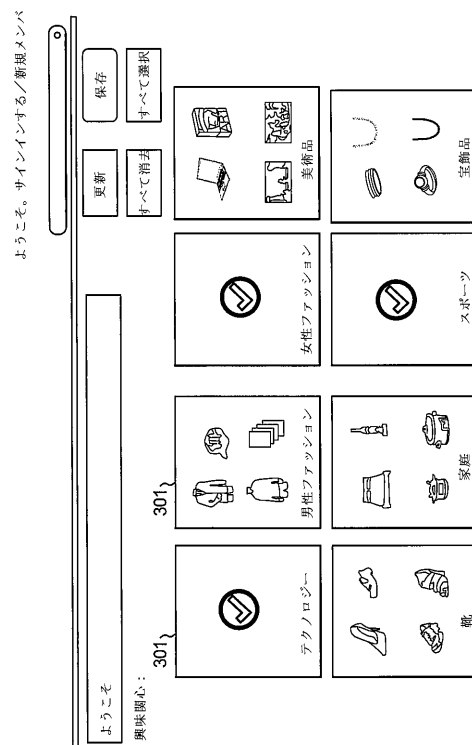
【図 1 h】



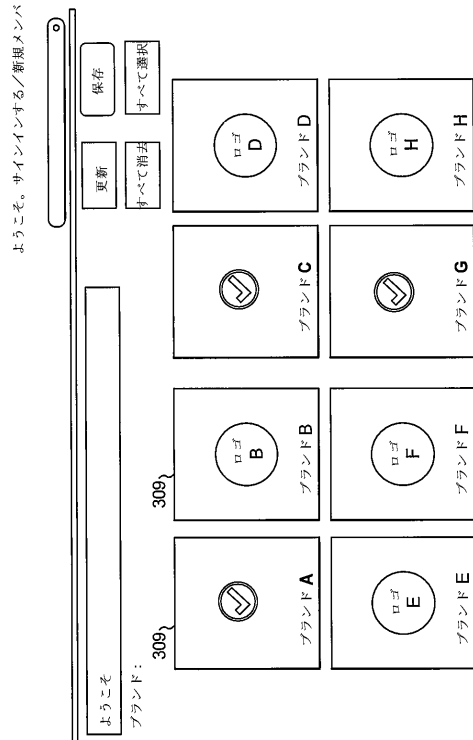
【図 2】



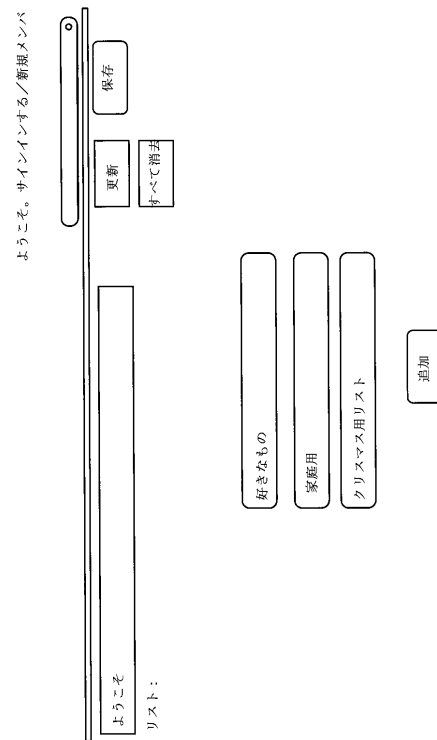
【図 3 a】



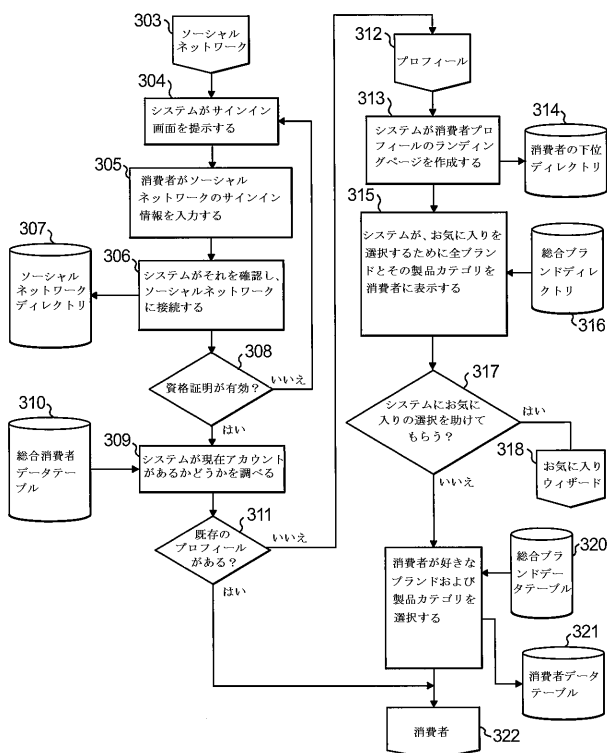
【図 3 b】



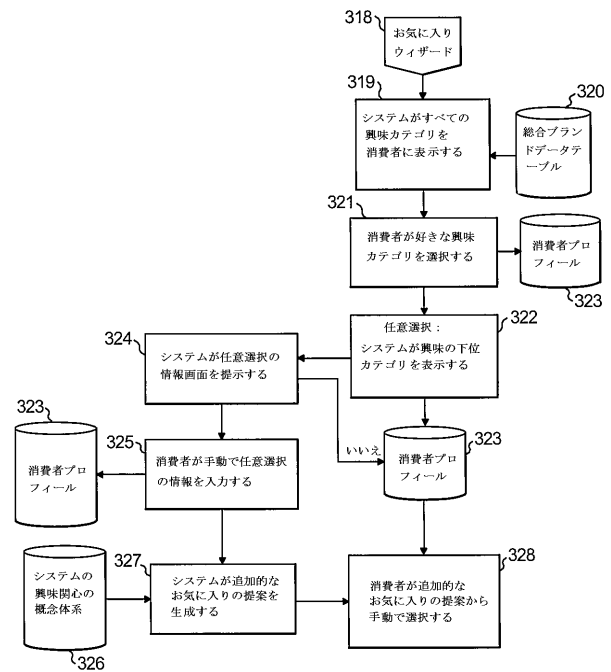
【図 3 c】



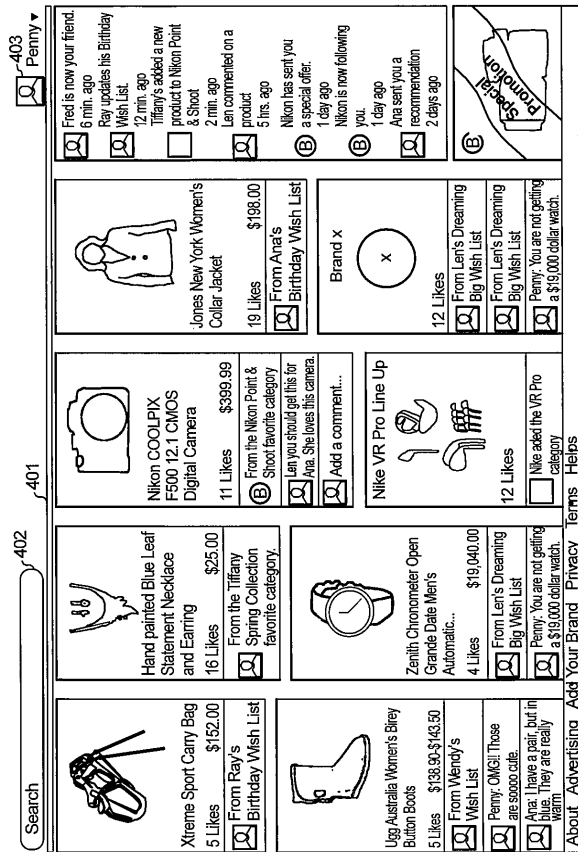
【図 3 d】



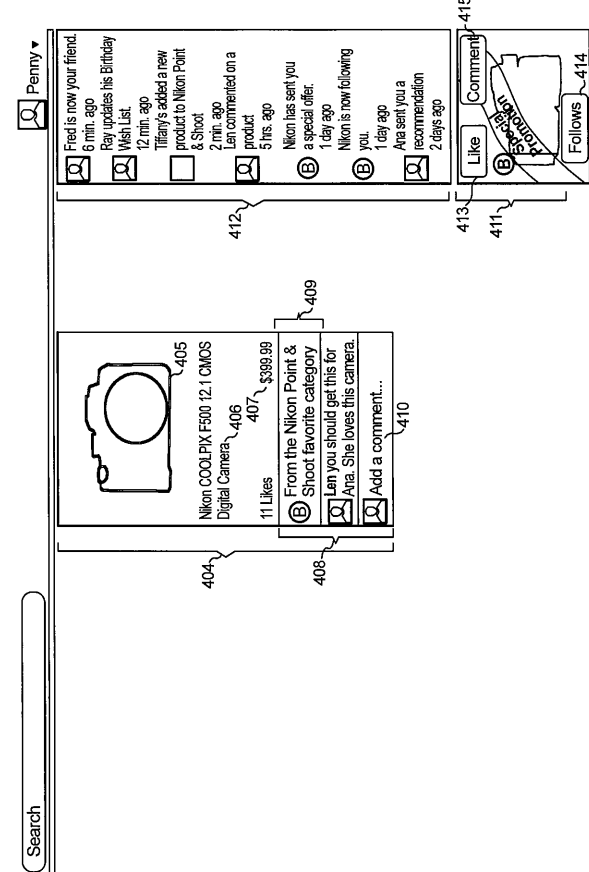
【図 3 e】



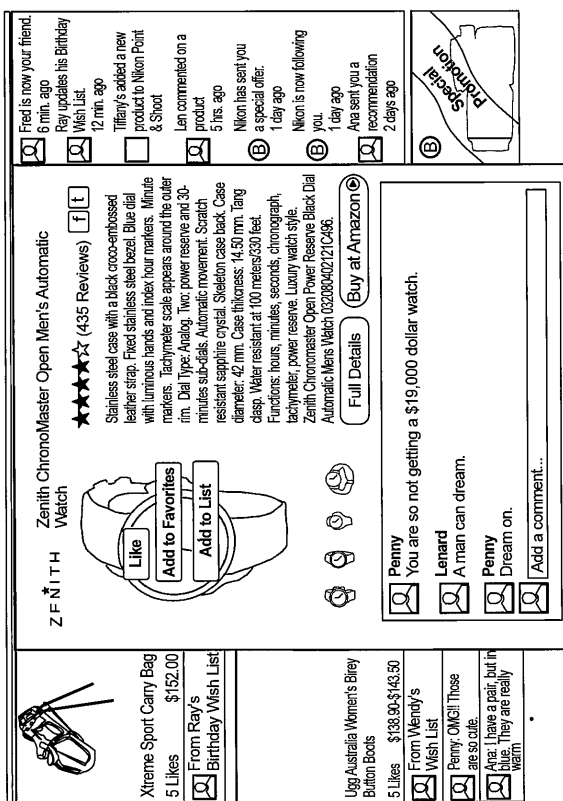
【 4 a 】



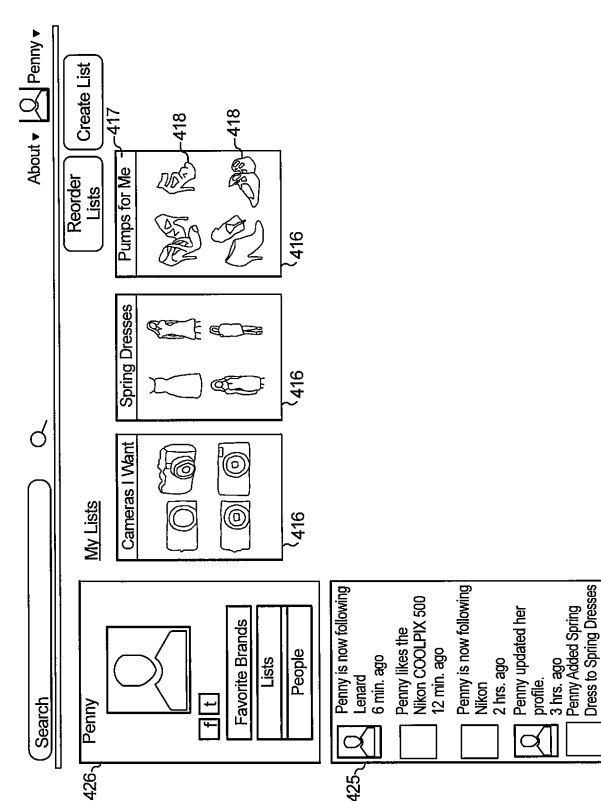
【 4 b 】



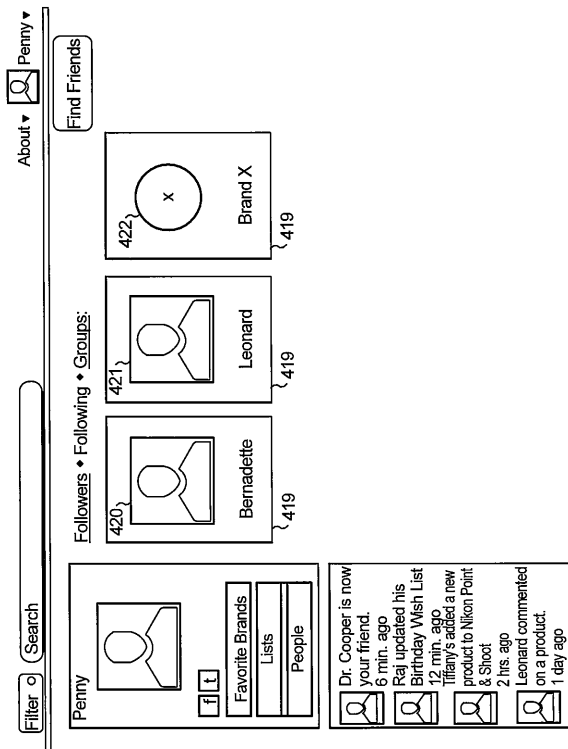
【 4 c 】



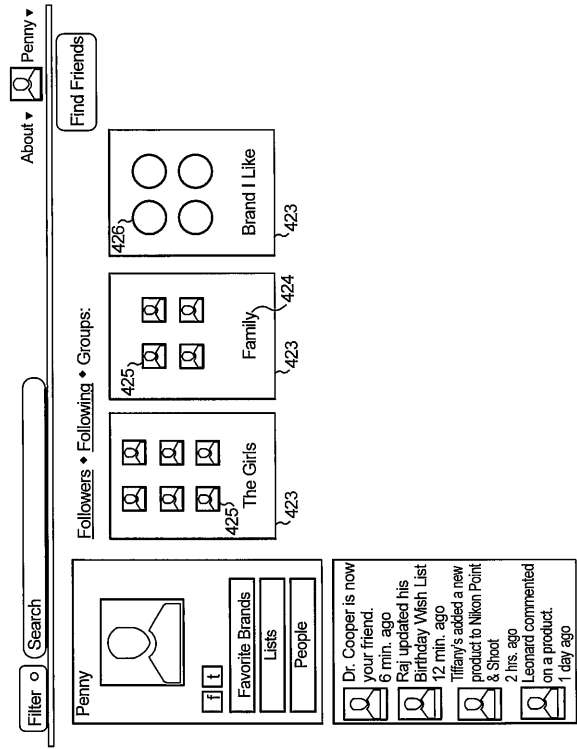
【 4 d 】



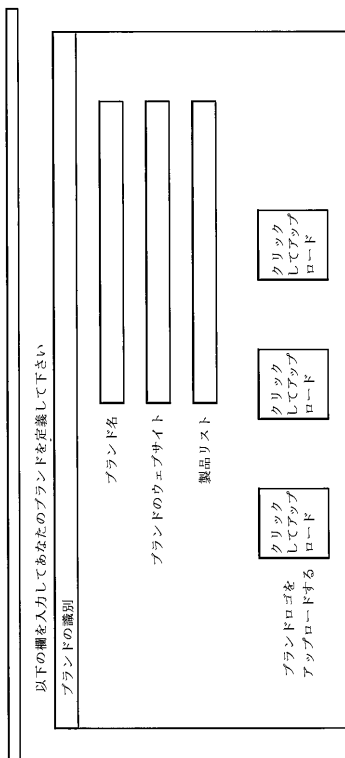
【図 4 e】



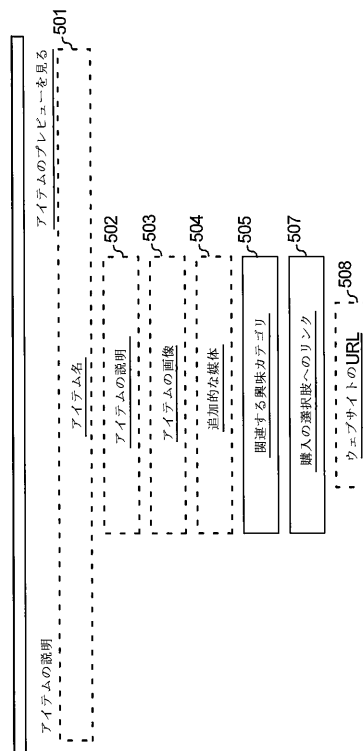
【図 4 f】



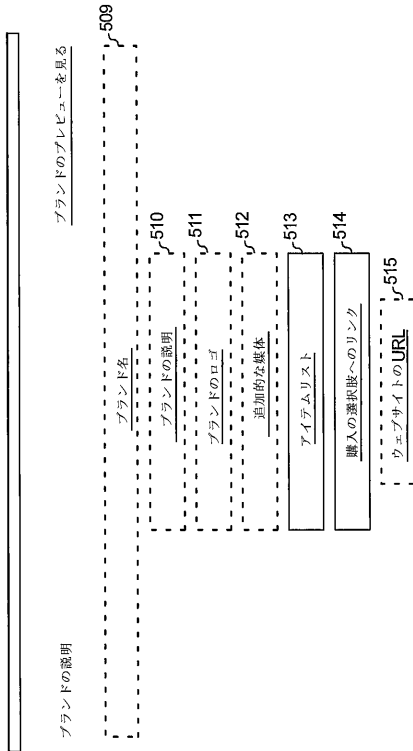
【図 5 a】



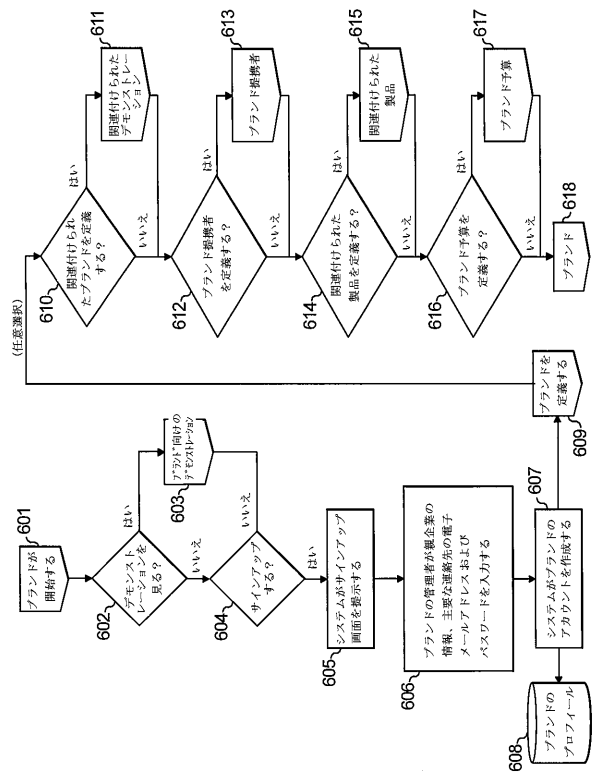
【図 5 b】



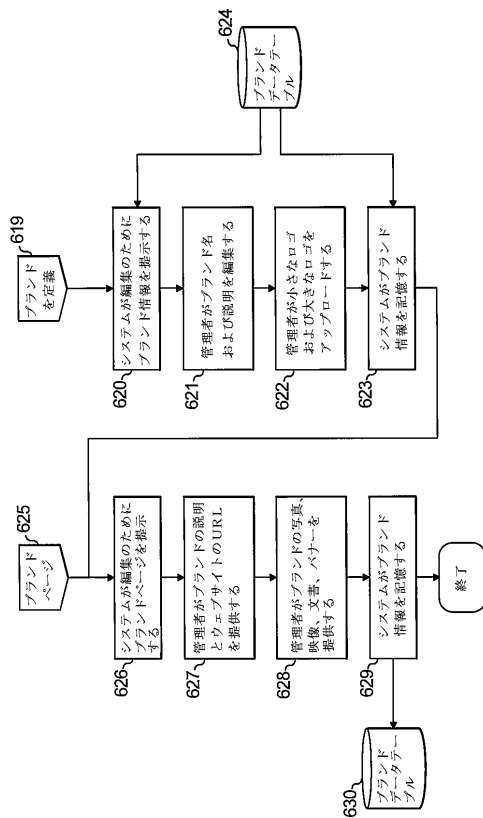
【図 5 c】



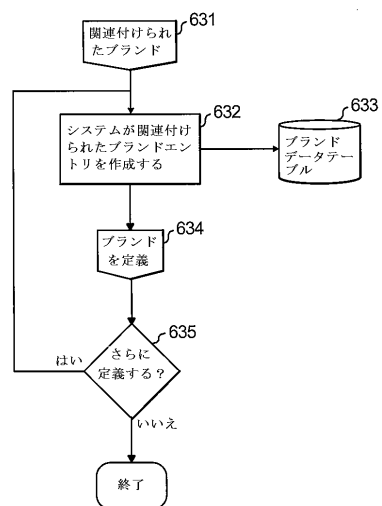
【図 6 a】



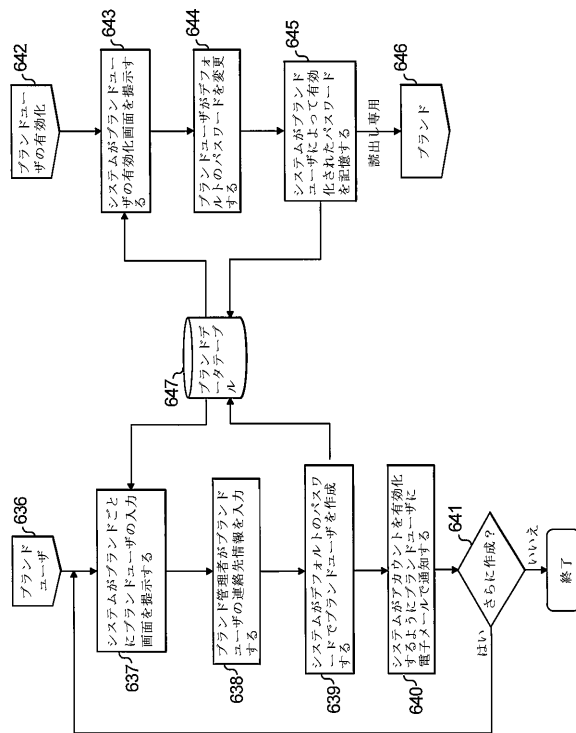
【図 6 b】



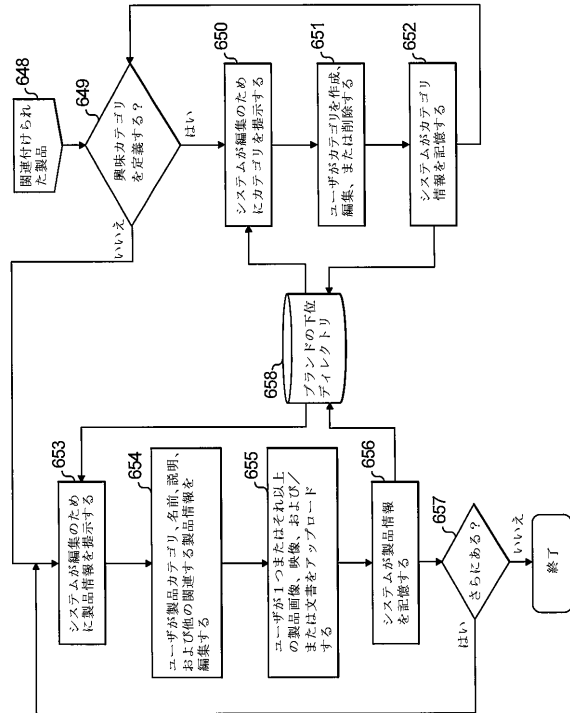
【図 6 c】



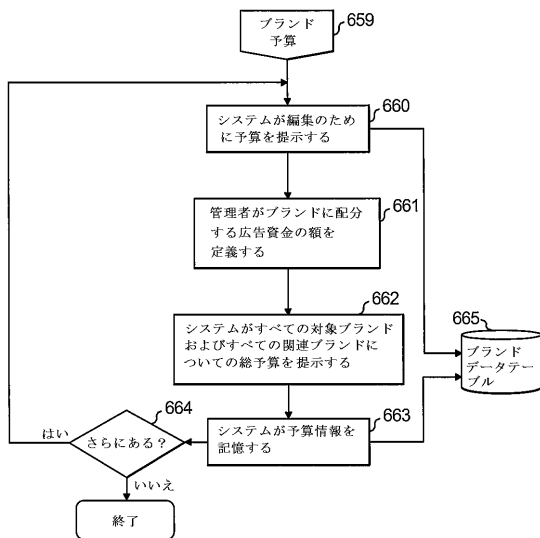
【図 6 d】



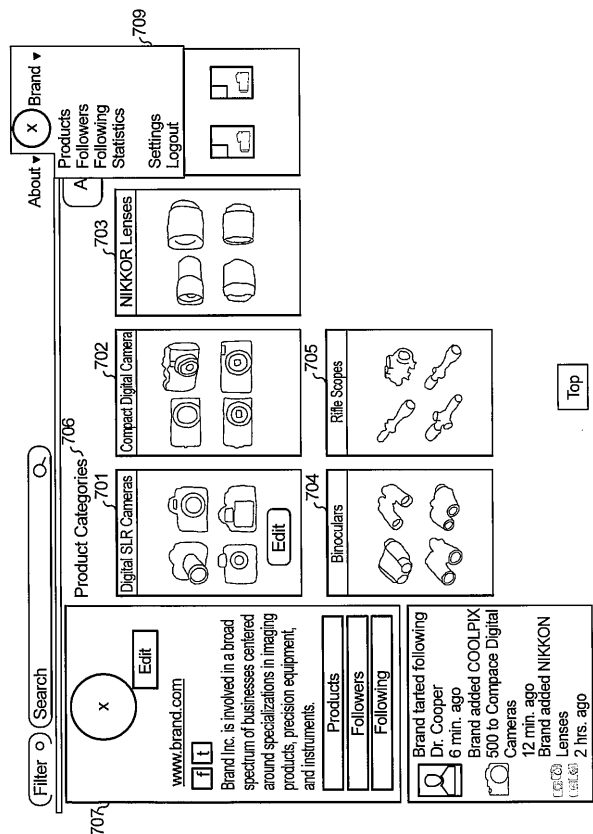
【図 6 e】



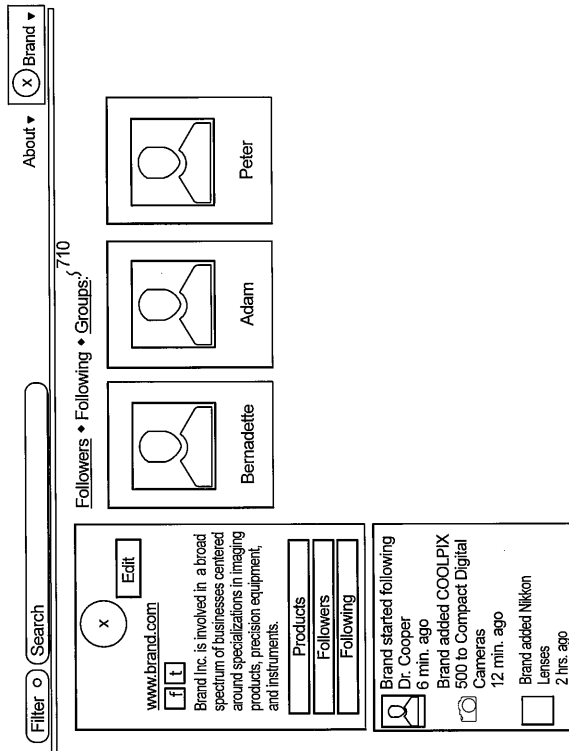
【図 6 f】



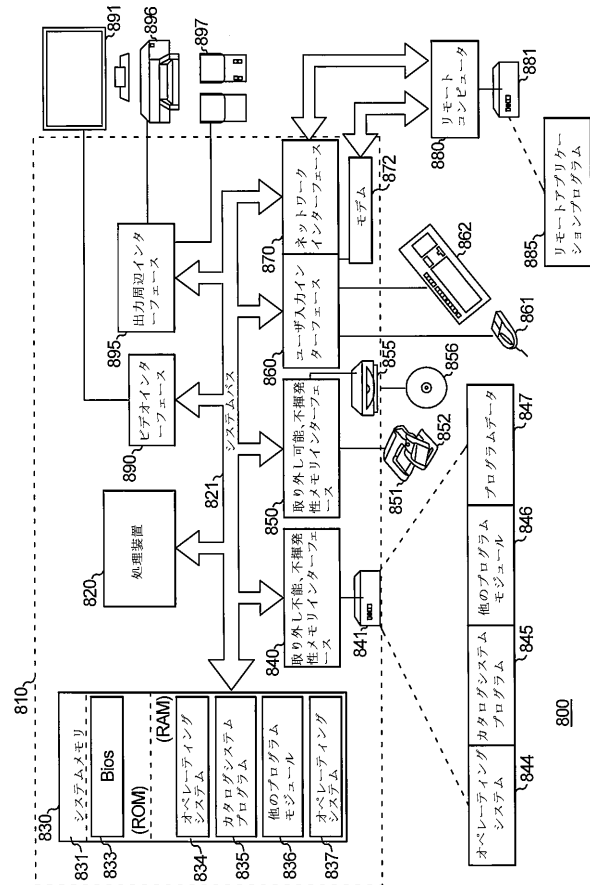
【図 7 a】



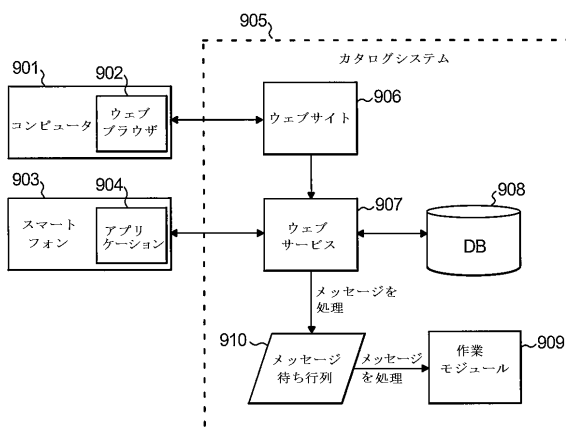
【図 7 b】



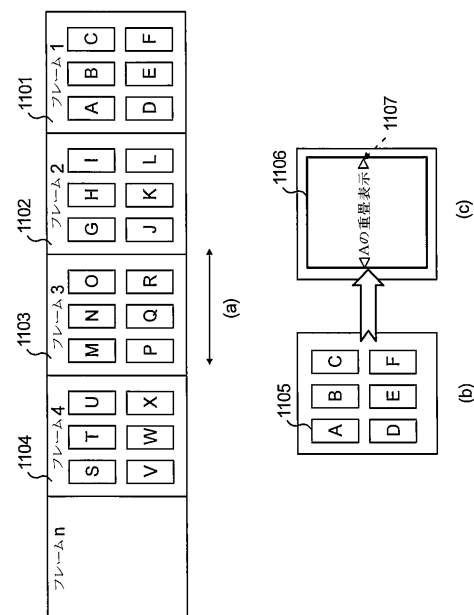
【図 8】



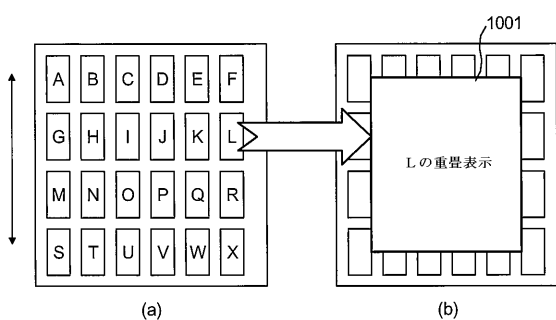
【図 9】



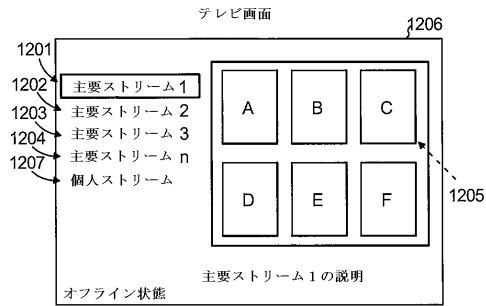
【図 11】



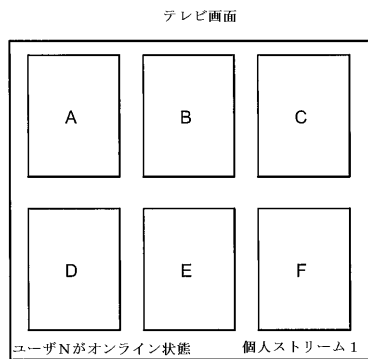
【図 10】



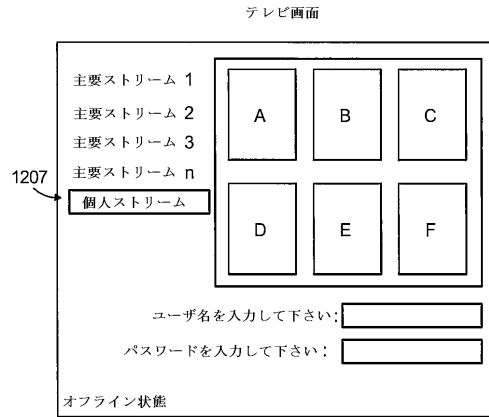
【図 1 2 a】



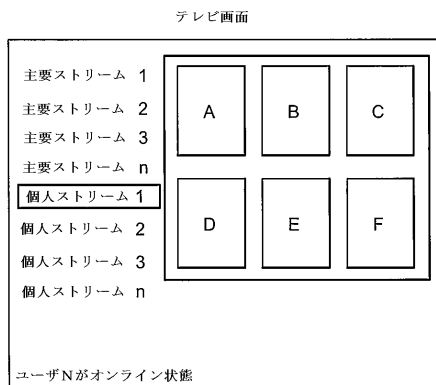
【図 1 2 b】



【図 1 2 c】



【図 1 2 d】



【国際調査報告】

INTERNATIONAL SEARCH REPORT		International application No. PCT/US 2014/027034
A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER G06Q 30/02 (2012.01) According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC		
B. FIELDS SEARCHED Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols) G06Q 30/00, 30/02 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) PatSearch (RUPTO internal), USPTO, PAJ, Esp@cenet, Information Retrieval System of FIPS		
C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT		
Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
X	RU 2372656 C2 (OBSCHESTVO S OGRANICHENNOI OTVETSTVENNOSTYU "GUDS MATRIKS") 10.11.2009, p. 6, line 18-p.9, line 54	1-12
Y		13-17
Y	WO 2011/163060 A2 (MANAGED AUDIENCE SHARE SOLUTIONS LLC) 29.12.2011, paragraphs [0001], [0090], [0200], [0222]	13-17
☐ Further documents are listed in the continuation of Box C. ☐ See patent family annex.		
* Special categories of cited documents: "A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance "E" earlier document but published on or after the international filing date "L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified) "O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means "P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed "T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention "X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone "Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art "&" document member of the same patent family		
Date of the actual completion of the international search 14 June 2014 (14.06.2014)		Date of mailing of the international search report 14 August 2014 (14.08.2014)
Name and mailing address of the ISA/ FIPS Russia, 123995, Moscow, G-59, GSP-5, Berezhkovskaya nab., 30-1 Facsimile No. +7 (499) 243-33-37		Authorized officer V. Aleksandrov Telephone No. (499) 240-25-91

フロントページの続き

(51)Int.Cl.

F I

テーマコード (参考)

H O 4 N 21/482

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

(特許庁注：以下のものは登録商標)

1. FACEBOOK
2. TWITTER
3. MYSPACE
4. LinkedIn
5. XBOX

(72)発明者 トーマス・ハンプトン

アメリカ合衆国バージニア州20124. クリフトン. マーブルストーンドライブ14026

(72)発明者 マイケル・ヴォック

アメリカ合衆国オハイオ州45140. ラブランド. ステーブルフォードドライブ6605

(72)発明者 ジェイコブ・エヌ・ウォールスターダー

アメリカ合衆国メリーランド州20854. ポトマック. ベルエアープレイス8924

Fターム(参考) 5B084 AA01 AA02 AA05 AA12 AA17 AA26 AB07 AB31 AB39 BA02

BB15 CC06 CC14 CE03 CE04 CE12 CF12 DB01 DC02 DC13

5C164 GA05 UB92S UD33P UD53P YA09

5L049 BB08