(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(11) 공개번호 10-2010-0051767
(43) 공개일자 2010년05월18일

(51) Int. Cl.
G06F 15/16 (2006.01) *G06F 3/048* (2006.01)
G06F 17/30 (2006.01)
(21) 출원번호 10-2009-7015410
(22) 출원일자(국제출원일자) 2007년12월21일
심사청구일자 없음
(85) 번역문제출일자 2009년07월22일
(86) 국제출원번호 PCT/US2007/026337
(87) 국제공개번호 WO 2008/079405
국제공개일자 2008년07월03일
(30) 우선권주장
60/876,886 2006년12월22일 미국(US)

(71) 출원인
폼 유케이, 인코포레이티드
영국, 런던 더블유1비 5티알, 리전트 스트리트 222, 리버티 하우스
(72) 발명자
에르투그룰, 켄트, 티.
영국, 런던 더블유1비 5티알, 리전트 스트리트 222, 리버티 하우스
로슬로프, 안톤
영국, 런던 더블유1비 5티알, 리전트 스트리트 222, 리버티 하우스
(74) 대리인
한양특허법인

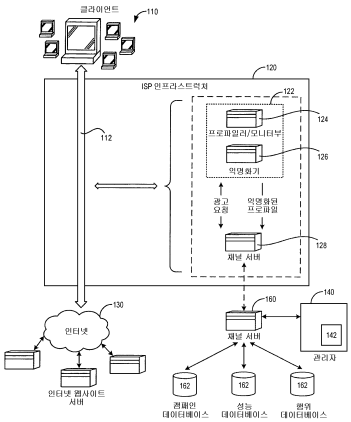
전체 청구항 수 : 총 23 항

(54) 클라이언트 네트워크 활동 채널링 시스템 및 방법

(57) 요 약

일예로서, 인터넷 유저들에 대한 액세스를 가능케 하는 채널들에 대한 매매를 촉진시키는 시스템이 제공된다. 상기 시스템은, 다중의 채널들을 포함하는 채널 서버로서, 상기 다중 채널의 각각은 상기 채널과 관련된 활동 프로파일에 의해 적어도 부분적으로 규정되며, 상기 채널들 중 적어도 하나에 대해서, 상기 관련된 활동 프로파일은 다중의 상이한 독립 웹 사이트들과 클라이언트의 상호 작용에 기반하여 클라이언트에 의해 충족될 수 있는 것인, 채널 서버; 입력 질문을 수신하고 상기 입력 질문에 대한 응답으로 하나 이상의 상기 채널들을 검색 결과들로서 회신하도록 구성된 검색 인터페이스; 및 상기 검색 결과들의 부분들을 선택될 수 있게 하도록 구성되고 요구되는 채널을 구현하는데 사용되는 채널 도구를 포함한다.

대 표 도 - 도1



특허청구의 범위

청구항 1

인터넷 유저들에 대한 액세스를 가능케 하는 채널들에 대한 매매를 촉진시키는 시스템으로서,

다중의 채널들을 포함하는 채널 서버로서, 상기 다중 채널의 각각은 상기 채널과 관련된 활동 프로파일에 의해 적어도 부분적으로 규정되며, 상기 채널들 중 적어도 하나의 채널에 대해서, 상기 관련된 활동 프로파일은 다중의 상이한 독립 웹 사이트들과 클라이언트의 상호 작용에 기반하여 클라이언트에 의해 충족될 수 있는 것인, 채널 서버;

입력 질문(input query)을 수신하고 상기 입력 질문에 대한 응답으로 하나 이상의 상기 채널들을 검색 결과들로서 회신하도록 구성된 검색 인터페이스; 및

상기 검색 결과들의 부분들을 선택될 수 있게 하도록 구성되고 요구되는 채널을 구현하는데 사용되는 채널 도구를 포함하는 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 2

청구항 1에 있어서, 상기 검색 결과들은, 상이한 사용 조건들을 갖는 채널들을 포함하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 3

청구항 2에 있어서, 상기 검색 결과들은, 유료 요금으로 이용할 수 있는 채널을 사용하는 사용 조건들을 갖는 채널을 포함하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 4

청구항 3에 있어서, 상기 유료 요금은, 상기 채널을 통해 배달되는 광고 컨텐트에 관련하여 임프레션 당 단가(cost-per-impression)를 기초로 계산되는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 5

청구항 3에 있어서, 상기 유료 요금은, 상기 채널을 통해 배달되는 광고 컨텐트에 관련하여 클릭 당 단가(cost-per-click)를 기초로 계산되는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 6

청구항 3에 있어서, 상기 유료 요금은, 상기 채널을 통해 배달되는 광고 컨텐트에 관련하여 액션 당 단가(cost-per-action)를 기초로 계산되는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 7

청구항 3에 있어서, 상기 유료 요금은, 상기 채널의 사용에 대한 복수의 유저들간의 경매에 기반하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 8

청구항 2에 있어서, 상기 검색 결과들은, 자유롭게 볼 수 있는 채널의 활동 프로파일을 지정하고 그리고 상기 채널이 무료로 사용될 수 있는 사용 조건들을 갖는 채널을 포함하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 9

청구항 1에 있어서, 상기 요구되는 채널의 구현 전 성능 견적을 가능케 하는 시뮬레이션 유틸리티(simulation utility)를 더 포함하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 10

청구항 9에 있어서, 상기 시뮬레이션 유틸리티는, 상기 요구되는 채널에 대해 지정된 사용 조건들에 기반하여 상기 요구되는 채널의 견적 사용 단가를 제공하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 11

인터넷 유저들에 대한 액세스를 가능케 하는 채널들에 대한 매매를 촉진시키는 시스템으로서,

다중의 채널들을 포함하는 채널 서버로서, 상기 다중 채널의 각각은 상기 채널과 관련된 활동 프로파일에 의해 적어도 부분적으로 규정되고, 상기 채널들은 클라이언트 모니터부에 로드(load)되도록 구성되며, 상기 클라이언트 모니터부는 복수의 클라이언트들의 인터넷 활동을 수동적으로 그리고 동적으로 모니터하여 상기 클라이언트들이 상기 채널들의 상기 활동 프로파일들을 충족하는지의 여부를 판정하도록 구성되고, 그리고 상기 클라이언트 모니터부는, 부여된 활동 프로파일 및 부여된 클라이언트에 대해서, 다중의 상이한 연계가 없는 웹사이트들상의 상기 클라이언트의 인터넷 활동을 모니터하여 상기 클라이언트가 상기 활동 프로파일을 충족하는지의 여부를 판정하도록 구성되는, 채널 서버; 및

상기 채널들의 예기되는 유저들로 하여금 상기 채널 서버상의 상기 다중 채널들로부터 보고 선택할 수 있게 하는 유저 인터페이스를 포함하며, 상기 유저 인터페이스는,

복수의 디스플레이되는 채널들의 각각의 특성들과 사용 조건들을 디스플레이하도록 구성되는 채널 디스플레이부로서, 상기 디스플레이되는 채널들은 상기 채널 서버상의 상기 다중 채널들로부터 선택되는 채널 디스플레이부; 및

유저로 하여금 상기 디스플레이되는 채널들 중 하나 이상의 채널을 선택할 수 있게 하고 그에 의해 요구되는 채널을 구현하도록 구성되는 선택기를 포함하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 12

청구항 11에 있어서, 상기 디스플레이되는 채널들 중 적어도 하나의 채널에 대한 사용 조건들은, 상기 채널을 구현하기 위한 유료 요금을 지정하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 13

청구항 12에 있어서, 상기 유료 요금은, 상기 채널을 통해 배달되는 광고 컨텐트에 관련하여 임프레션 당 단가를 기초로 계산되는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 14

청구항 12에 있어서, 상기 유료 요금은, 상기 채널을 통해 배달되는 광고 컨텐트에 관련하여 클릭 당 단가를 기초로 계산되는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 15

청구항 12에 있어서, 상기 유료 요금은, 상기 채널을 통해 배달되는 광고 컨텐트에 관련하여 액션 당 단가를 기초로 계산되는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 16

청구항 12에 있어서, 상기 유료 요금은, 상기 채널을 구현할 권리에 대한 적어도 2 유저들 사이의 경매를 통해 결정되는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 17

청구항 11에 있어서, 상기 디스플레이되는 채널들 중 적어도 하나의 채널에 대한 사용 조건들은 복수의 상이한 유료 요금들을 지정하며, 상기 복수의 유료 요금들의 각각은 상기 채널의 상이한 사용과 관련되는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 18

청구항 17에 있어서, 상기 복수의 상이한 유료 요금들 중 제1 유료 요금은 상기 채널의 제1 사용과 관련되고 상기 복수의 상이한 유료 요금들 중 제2 유료 요금은 상기 채널의 제2 사용과 관련되며, 상기 채널의 제1 사용은 상기 유저로 하여금 상기 제1 유료 요금의 지불시에 상기 채널을 통해 적어도 하나의 클라이언트에게 광고 컨텐트를 배달하도록 상기 채널을 구현할 수 있게 하고 상기 채널의 제2 사용은 상기 유저로 하여금 상기 제2 유료

요금의 지불시에 상기 채널을 편집할 수 있게 하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 19

청구항 11에 있어서, 상기 유저 인터페이스는, 상기 유저로 하여금 상기 채널을 편집하고 상기 편집된 채널에 사용 조건들을 지정할 수 있게 하는 편집기를 더 포함하며, 상기 사용 조건들은 클라이언트들에게 광고 컨텐트를 배달하도록 상기 편집된 채널을 구현하게끔 다른 유저들에 대한 유료 요금을 포함하는, 채널 매매 촉진 시스템.

청구항 20

중앙 채널 서버로부터 액세스할 수 있고 복수의 저장된 채널들을 갖는 채널 스토어(store)로서, 각 채널이 클라이언트 디바이스의 지정된 인터넷 브라우징 활동에 상관되고 상기 지정된 인터넷 브라우징 활동에 의해 트리거(trigger)되는 행위에 관한 검색 파라미터들을 지정하는, 채널 스토어; 및

참여자들로 하여금:

상기 저장된 채널들에 대한 정보를 볼 수 있게 하고;

상기 저장된 채널들 중 하나 이상의 채널의 사용 권리들에 대해 거래(transact)할 수 있게 하며;

새로운 채널들을 생성하거나 저장된 채널들을 수정하기 위해 행위에 관한 검색 파라미터들을 지정할 수 있게 하고;

요구되는 채널들을 활성화시킬 수 있게 하는 전자 채널 시장을 제공하기 위해 프론트-엔드 유저 인터페이스(front-end user interface)로서 동작할 수 있고 상기 채널 서버와 동작 가능하게 연결되는 채널 인터페이스를 포함하는 클라이언트 인터넷 활동 모니터링 시스템으로서,

상기 시스템은, 상기 요구되는 채널을, 다중의 상이한 인터넷 서비스 제공자들과 관련되고 상기 요구되는 채널의 트리거링(triggering)을 식별하기 위해 복수의 클라이언트 디바이스들의 인터넷 브라우징 활동을 모니터하도록 각기 구성되는 복수의 분산된 모니터링 도메인(domain)들의 각각에 배분하도록 구성되는, 클라이언트 인터넷 활동 모니터링 시스템.

청구항 21

청구항 20에 있어서, 상기 전자 채널 시장은, 2 이상의 참여자들 간의 경매에 의해서 금융 거래를 촉진시키는 것에 의해 참여자들로 하여금 상기 채널들 중 상기 하나 이상의 채널의 사용 권리들에 대해 거래할 수 있게 하는, 클라이언트 인터넷 활동 모니터링 시스템.

청구항 22

청구항 20에 있어서, 상기 채널들 중 하나 이상의 채널의 사용 권리들은, 상기 요구되는 채널을 활성화시킬 권리를 포함하는, 클라이언트 인터넷 활동 모니터링 시스템.

청구항 23

청구항 20에 있어서, 상기 채널들 중 하나 이상의 채널의 사용 권리들은, 상기 채널들 중 상기 하나 이상의 채널을 수정할 권리를 포함하는, 클라이언트 인터넷 활동 모니터링 시스템.

명 세 서

기 술 분 야

[0001] 본 설명은 컴퓨터 유저들이 인터넷과 같은 네트워크와 상호 작용하는 방식에 관하여 정보를 획득하고 사용하는 시스템 및 방법에 관한 것이다.

배 경 기 술

[0002] 한정된 예외들이 있지만, 인터넷은 스테이트리스(stateless) 시스템이다. 클라이언트 유저들과 네트워크 자원들 사이의 상호 작용은 일반적으로 이전의 거래(transaction)들의 기억이나 히스토리적인 전후 관계(historical

context) 없이 발생한다. 예를 들어, 웹 서버들은 서버로부터 페이지를 요청하는 클라이언트들과의 스테이트리스 거래에 종사하도록 설계된다. 서버가 클라이언트와의 이전의 거래들에 관련한 동적 메모리 할당을 유지하지 않기 때문에, 클라이언트 요청들은 클라이언트 브라우저에 디스플레이될 페이지(들)의 완전한 명세를 반드시 포함한다.

[0003] 많은 경우에 있어서, 이 스테이트리스 퀄러티(stateless quality)는 네트워크 통신 및 아키텍처(architecture)를 단순화시킨다. 다른 무엇보다도, 다양한 표준화 이점들이 스테이트리스 설계들을 통해 획득될 수 있고, 앞서 언급되었듯이, 저장 자원들은 미정의 클라이언트 대화들에 동적으로 할당되지 않아야 한다. 한편, 널리 미치는 인터넷의 스테이트리스니스(statelessness)는 관련된 유저 체험들을 개별적으로 유효하게 제공하는 능력을 감소시킨다.

[0004] 쿠키의 사용은, 비록 상당한 제한들이 있을지라도, 인터넷 거래에 있어서 대화형 기억을 생성하는 약간의 능력을 제공한다. 하나의 제한은, 쿠키에 의해 생성되는 전후 관계가 클라이언트와 특정 웹 사이트의 상호 작용을 통해 생성된다는 것이고, 커스터마이제이션(customization)의 이익은 그 웹 사이트나 협력 가입 단체들에 관련해서만 획득된다. 쿠키는 또한 로컬적으로(locally) 저장되어야 하고, 규정에 의해서, 그것들의 사용은 기초 요청을 넘어서는 추가적인 정보의 전송 및 해석을 요구한다.

[0005] 본 설명은 인터넷 활동에 대한 관찰을 행하고 사용하는 것으로의 상이한 접근을 제공한다. 설명된 시스템 및 방법은 다양한 설정의 장점에 적용될 수 있는, 인터넷 활동에 대해 알기 위한 고유하고 강력한 도구를 제공한다. 하나의 폭 넓은 종류의 어플리케이션들은 인터넷의 스테이트리스니스를 유효하게 감소시키는 것을 포함한다. 상기 어플리케이션의 일예는 고도로 관련된 표적화된 광고 재료를 배달하기 위해 관찰 데이터를 채용하는 것이다. 하지만, 이것은 많은 유익한 어플리케이션들 중 하나이다.

[0006] 많은 예들에 있어서, 시스템들과 방법들은 네트워킹 인프라스트럭처(networking infrastructure)에 즉시로 통합될 수 있는 강력한 모니터링 기능성을 포함한다. 많은 구현에 있어서, 고도로 개별 단위이고 상세한 활동 데이터는, 끊임없이 엄격한 프라이버시 표준(privacy standard)을 충실히 지지하면서, 특정 유저들에 상관되고 획득될 수 있다. 획득되는 데이터는, 유저 스테이트(state)를 규정하고 다른 이점들을 제공하기 위해 제한 없는 방식으로 조합될 수 있는, 인구 통계학적, 행위에 관한 그리고 전후 관계의 정보를 포함할 수 있다.

실 시 예

[0020] 도 1은 인터넷 서비스 제공자(ISP)(120)를 통해 인터넷(130)에 연결되는 예시적인 클라이언트 디바이스들(110)의 그룹을 묘사한다. ISP(120)는 다이얼업(dialup), 브로드밴드(broadband), 무선, 위성-기반 등일 수 있다. 이 명세서에서 논의되는 이러한 예 및 다른 예에 있어서, ISP들에 대한 언급은, 인터넷에 대한 액세스를 얻기 위해 클라이언트에 의해 사용될 수 있는 임의의 인프라스트럭처(infrastructure)를 나타내는 것으로 폭 넓게 이해되어야 한다.

[0021] 하나 이상의 모니터부(122)가 클라이언트 디바이스들에 작용상에 있어서 근접하여 배치된다. 일반적으로, 모니터부는 ISP(120)의 인프라스트럭처와 관련되거나 ISP(120)의 인프라스트럭처내에서 동작된다. 하지만, 모니터부나 모니터부들은 인터넷에 관련된 클라이언트 행위/상호 작용의 관찰을 가능케 하는 대안의 토폴로지(topology)들로 구성될 수 있다는 것을 이해해야 된다.

[0022] 일예에 있어서, ISP는 클라이언트 디바이스로 통해 흐르는 HTTP 스트림(stream)내로 전후 관계 리더(context reader)의 론칭(launching)을 시작한다. 특히, 스크립트(script)는 클라이언트에 의해 요청되는 웹 페이지들내로 끼워 넣어질 수 있다. 스크립트는 클라이언트 브라우저내에서 실행되고, 키워드들이나 다른 정보와 같은, 디스플레이된 웹페이지에 없는 정보를 읽는다. 관찰된/모니터된 정보는 로컬적으로 저장되거나, 그 외, 유저에게로의 표적화된 광고의 배달에 영향을 미치는 것과 같은, 추후의 사용을 위해 저장될 수 있다. 다른 예들에 있어서, 모니터링 및 관찰 프로세스들은 ISP 인프라스트럭처내에서, 예컨대, ISP를 통해 연결하고 있는 특정 클라이언트의 요청들과 응답들을 관찰하는 서버상에서 작동한다.

[0023] 도면은 후자의 예를 나타내는 것이다. 특히, 모니터부(122)는 상기 ISP를 통해 연결되는 클라이언트들의 인터넷 활동(112)을 관찰하기 위해 ISP(120)의 인프라스트럭처내에서 동작한다. 모니터부(122)는 일반적으로 다양한 모듈들과 기능적 구성 요소들을 포함하며, 프로파일러(profiler)(124) 및 익명화기(anonymizer)(126)를 포함할 수 있다. 하기에서 상세히 논의될 바와 같이, 모니터부(122)들은 클라이언트 인터넷 활동의 다양한 양태(aspect)들을 모니터하도록 구성될 수 있다. 모니터된 행위의 예들은, 방문한 URL들; 보이는 페이지들상의 키워드들; 키워드들의 빈도 및/또는 위치 결정; 검색 엔진이나 다른 검색 유틸리티들내로의 키워드들의 유저 기입

을 포함할 수 있다. 하지만, 이것들은 일부의 예시적인 예들이다. 클라이언트 모니터링의 추가의 예들은, 미국 특허 출원 번호 제11/377,797호, 미국 특허 출원 번호 제11/425,698호, 및 미국 특허 출원 번호 제11/901,255호에서 찾을 수 있으며, 그 개시들은 전체로서 그리고 다목적으로 이 명세서에 이러한 참조에 의해 통합되어 있다.

[0024] 인터넷 활동의 관찰은, 순간적으로 그리고 경시적으로 모두, 시스템으로 하여금 부여된 클라이언트의 활동이 하나 이상의 미리 정해진 스테이트들에 대응하는가를 판정할 수 있게 한다. 하기에서 상세히 설명되는 바와 같이, 채널 서버(128)는, 활동 프로파일들을 저장하고 관찰된 인터넷 활동이 규정된 유저 스테이트들에 대응하는 시간을 판정하기 위해 ISP 내에 제공될 수도 있다.

[0025] 많은 경우에 있어서, 스테이트 정의는 외부 관리 기능을 통해 수립될 수 있다. 특히, 도 1에 도시된 바와 같이, 채널 관리자(140)는 중앙 채널 서버 그룹(160)과 관련 데이터 베이스(162)들에 동작 가능하도록 연결된다. 채널 관리자는, 운영자로 하여금 활동 프로파일, 트리거링(triggering) 조건, 및 유저 또는 유저의 그룹을 기술하고 식별하기 위한 다른 파라미터를 선택하거나 생성할 수 있게 하는 유저 인터페이스(142)를 포함한다. 마케팅/광고 어플리케이션에 있어서, 지정된 활동 프로파일들은 일반적으로, 이상적인 예상 고객에 의해 관여될 것 같은 인터넷 활동을 기술할 것이다.

[0026] 예를 들어, 사진 장비의 판매자는, 특정 카메라 생산자들의 웹 페이지를 최근 방문한, 및/또는 관련 키워드(예컨대, Canon, Nikon, SLR, CCD 등)들의 높은 빈도가 있는 다중 페이지들을 본 인터넷 유저들에게 아마도 관심을 가질 것이다. 채널 관리자(140)는 판매자로 하여금 그러한 기준을 포함하는 활동 프로파일들을 수립할 수 있게 할 것이다. 활동 프로파일들은 중앙 채널 서버 그룹(160) 내에 저장되고 관리되는, 유저 채널들내로 통합된다. 그 후, 채널들은, 채널들을 충족하는 유저들을 동적으로 식별하기 위해 로컬 채널 서버와 함께 모니터링/관찰 기능이 동작하는, 인에이블(enable)된 ISP들에 배분되고 활성화된다. 대안적으로, 모니터링/관찰 기능들은 ISP의 외부나 외측에서, 예컨대, 전용 서버 팜(dedicated server farm)에서 작동될 수 있다.

[0027] 기술된 시스템이 어느 의미로는 유저 인터넷 활동을 검색하기 위한 솔루션(solution)으로서 동작한다는 것을 이해해야 한다. 이것은 Google, Yahoo 등에 의해 제공되는 유비쿼터스(ubiquitous) 컨텐트 검색과 아주 대조를 이룬다. 대신, 본 시스템은 관리자로 하여금 ***행위***를 지정할 수 있게 하고, 그 다음으로 그 행위에 관여하고 있는 유저들 또는 유저들의 그룹을 식별하도록 동작한다.

[0028] 싱글 ISP만을 묘사하는 도 1의 예는 전체 시스템의 작은 일부만을 구성할 수 있다는 것을 또한 이해해야 한다. 예를 들어, 중앙 채널 서버 그룹(160)은 다중의 상이한 ISP들과 관련된 복수의 분산된 모니터링 도메인(domain)들에 대한 집중화된 관리 및 기능성을 제공할 수 있다. 그뿐 아니라, 본 논의에서 숙고되는 시스템들은, 모니터링 및 채널 매칭이 다수의 ISP들과 관련하여 발생할 때, 전체 참여자들에게 증가 일로의 장점들을 제공한다.

[0029] 도 2는 채널 메커니즘의 그래픽적인 예시를 제공한다. 다중 클라이언트(C_n)들은, 특정 클라이언트들을 지칭하는 데 사용되는 서브스크립트(subscript)들과 더불어 묘사된다. 외부의 직사각형에 의해 경계가 정해지는 공간은, 부여된 클라이언트 스테이트가, 인구 통계학적, 행위적, 전후 관계적, 그리고 다른 정보를 포함하는, 클라이언트에 관한 임의의 관심 정보를 포함하는, 가능성 있는 클라이언트 스테이트들의 전체 영역을 나타낸다. 채널 1 내지 5는 묘사된 원들에 의해 표현되며, 지정된 클라이언트 스테이트를 나타낸다. 예를 들어, 채널 1은 설정 기간내에 특정 웹페이지들을 보는 것을 포함하는 활동 프로파일을 충족하는 클라이언트들을 요구할 수 있고; 채널 2는 주당 10회 이상 특정 검색 엔진을 또한 액세스하는 특정 인구 통계학적 그룹의 클라이언트들을 지정할 수 있는 등이다.

[0030] 일반적으로, 이 명세서에 기술되는 시스템들과 방법들에 있어서 채널 매치는 동적으로 판정되고 정기적으로 갱신된다. 예를 들어, 도 2는 특정 시간에 발생하는 채널 매치를 도시한다. 일반적으로 채널 매치는 경시적으로 변화할 것이다. 예를 들어, 채널 3이 최종 5 페이지 뷰(view)내에서 임의의 yahoo.com 페이지를 방문했던 클라이언트들을 지정했다면, 그 채널을 충족하는 유저 인구는 항상 변화하고 있을 것이다.

[0031] 새로운 채널들을 생성하기 위해 및/또는 충족된 특정 프로파일을 갖고 있는 것으로 클라이언트들이 식별되는 조건들을 생성하기 위해, 채널들이 다양한 방식으로 조합될 수 있다는 것이 도면으로부터 또한 이해될 것이다. 예를 들어, 클라이언트들(C_{10}, C_{11}, C_{12})은 양쪽의 채널 3 및 4내에서 활성이고; 클라이언트들(C_{15}, C_{16})은 채널 3에서는 활성이지만 채널 4에서는 비활성이며; 클라이언트(C_{10})는 3개의 채널 3, 4 및 5 전부에서 활성인 유일한

클라이언트이고; 클라이언트들(C_1 내지 C_5)은 채널 1 및 2의 어느 쪽인가를 충족하는 클라이언트들의 세트를 포함하는 등이다. 이것으로부터, 특정 클라이언트 활동을 표적으로 하는 능력을 크게 증가시키기 위해, 기존의 조건들과 채널 정의들이 (예컨대, 논리 연산자(logical operator)들 AND, OR 등을 통해) 다양한 방식으로 조합될 수 있다는 것을 즉시 이해해야 한다.

[0032] 프라이버시 고려 사항들은 종종 유저가 모니터되고 식별되는 범위에 영향을 미칠 것이다. 표적 광고 시스템들에 있어서, 예컨대, 행위 프로파일들을 매치하는 유저들을 식별하는 것은, 유저들이 개인 정보와 더불어 상세히 식별될 수 있다는 것을, 반드시 의미하지는 않는다. 오히려, 식별은, 유저가 IPS 내에서 또는 ISP와 관련하여 구동하는 모니터링 프로세스들에 의해 내부적으로 식별된다는 것과, 광고자가 특정 광고나 마케팅 임프레션(marketing impression)을 유저에게 제공할 기회를 부여받기만 한다는 것을 의미할 수 있다. 또한, 하기에서 더욱 상세히 기술되는 바와 같이, 클라이언트 유저들은 참여자들의 다양한 레벨들로 옵트-인(opt-in) 또는 옵트-아웃(opt-out)할 기회를 제공받을 수 있다. 예를 들어, 더 높은 레벨에 참여하고 그에 의해 자발적으로 프라이버시 보호들을 줄이도록 유저들을 장려하기 위해 다양한 인센티브(incentive)들이 제공될 수 있다.

[0033] 스테이트리스니스 논의 및 예시들과 더 일반적으로 계속하여 보면, 이 명세서에서 논의되는 활동 프로파일 및 채널 모델은 유저들이 인터넷을 체험하는 방식을 변화시키기 위해 다양한 방식으로 채용될 수 있다.

[0034] ● 광고 및 마케팅은 유저 스테이트들에 좌우될 수 있다;

[0035] ● 클라이언트에 배달되는 컨텐트는 클라이언트의 특정 스테이트에 기초하여 수정될 수 있다. 예를 들어, 인터넷 프로토콜 텔레비전(IPTV)의 컨텐트는 클라이언트의 스테이트에 응답하여 조정될 수 있다;

[0036] ● 다양한 네트워크 보안 특징들은 클라이언트 스테이트들에 따라 만들어질 수 있다;

[0037] ● 인터넷 검색은 유저 스테이트들/채널 매치들에 좌우되도록 향상될 수 있다. 예를 들어, 검색 결과들은, 모니터된 브라우징(browsing) 행위로부터 추론되는 바대로, 클라이언트들의 선호되는 웹 사이트들을 반영하도록 순서 붙여지고/우선될 수 있다;

[0038] ● 채널 정의들 및 유저 스테이트들이 시장 조사를 실행하기 위해 채용될 수 있다; 예를 들어, 제1 채널은, 그들이 특정 타입의 제품을 구입했거나 곧 구입할 것이라는 것을 추론하는 데 웹 활동이 사용될 수 있는, 유저들을 식별하도록 정의될 수 있다. 그 다음으로, 주 채널에 의해 식별되는 유저 그룹의 웹 행위나 선호에 관해 더 알기 위해 서브-채널(sub-channel)들이 그 후에 채용될 수 있다;

[0039] ● 예컨대, 같은 생각의 클라이언트 유저들을 식별하고 그들에게 상호 작용할 기회들을 제공하는 것에 의해, 소셜 네트워킹(social networking) 어플리케이션 및 온라인 커뮤니티용으로 채널 정의들 및 유저 스테이트들이 채용될 수 있다.

[0040] ● 유저 검색 기능성이 제공될 수 있으며, 검색은 채널들이나 키워드들에 의해 실행된다. 이러한 방식으로, 기술된 시스템들은 특정 웹 행위에 관여하는 사람들을 위한 검색 엔진으로서 작용할 수 있다;

[0041] ● 유저가 인터넷을 브라우징함에 따라 프로파일 A 및 프로파일 B의 매칭/비-매칭 채널들에 기초하여, 자동 프로파일 매칭이 제공될 수 있다; 상기 매칭은, 유저로 하여금 지정된 영역들에 관심이 있는 다른 사람들과 접속할 수 있게 하는, 웹 페이지상의 버튼/액츄에이터(button/actuator), 확장 페이지 배너(banner), 또는 브라우저 플러그-인(browser plug-in)으로서 제공될 수 있다.

[0042] ● 채널 정의들 및 유저 스테이트들은, 예컨대, ISP 청구서로의 직접 청구를 통해 디지털 컨텐트에 대한 소액-결재(micro-payment)를 촉진시키는데 사용될 수 있고, 또는 신뢰되는 중개자로서 ISP를 이용하여 신원 확인/인증을 획득하는데 사용될 수 있다.

[0043] ● 채널 정의들 및 유저 스테이트들은, 브랜드/객체 인기 및 원동력을 경시적으로 식별하는 것에 대해서와 같은, 시장 조사를 수행하는데 사용될 수 있다.

[0044] ● 채널 정의들 및 유저 스테이트들은, 웹 사이트 프리젠테이션(presentation)을 최적화하고 안티-피싱(anti-phishing) 및 페렌틀/컨텐트(parental/content) 제어 기능성을 가능케 하는데 사용될 수 있다.

[0045] 채널 관리자(140)는 일반적으로 (유망한 고객들에게 마케팅 임프레션을 제공하는데 관심이 있는 광고자와 같은) 관리 유저로 하여금 채널들을 수립할 수 있게 하도록 구성된다. 도 3 및 4는 채널 관련 태스크(task)들을 실행하는데 사용될 수 있는 예시적인 유저 인터페이스(142)의 양태들을 묘사한다. 앞서 표시된 바와 같이, 채널들의 생성은 관심의 인터넷 행위를 정의하는 것을 포함한다. 채널 정의에 있어서 행위에 관한 세부들을 지정하는

능력은 모니터링 소프트웨어 및 하드웨어의 기본적인 성능에 좌우된다. 환언하면, 그것은 이 명세서에 기술되는 ISP 모니터링 기능들을 통해 검출될 수 있는 행위에 관한 특성을 지정하는데 이상적이거나 유용하지 않을 것이다.

[0046] 특별히 도 3에 대해 보면, 유저로 하여금 하나 이상의 채널들내로 그룹화되게 하는, 인터페이스가 프로파일들, 트리거링 조건들 등을 설정하는데 사용될 수 있는 방식을 나타내는 다양한 예시들이 제공된다. 몇몇의 경우에 있어서, 프로파일들, 조건들 등은, 그것들이 일반적으로 지정된 클라이언트 인터넷 활동에 관여하고 지정된 클라이언트 인터넷 활동에 의해 트리거되므로, 행위에 관한 검색 파라미터들로서 여기에서 언급될 것이다. 도 3의 예에 표시되는 바와 같이, 종종 사용되는 2개의 파라미터들이 방문되는 URL들(일반적으로 302에 도시됨) 및 보이는 페이지들상에 존재하는 키워드들(301에 도시됨)이다.

[0047] 302에 목록화된 URL들에 있어서, 채널 편집기는, 행위에 관한 조건이 충족되도록 하기 위해서 유저로 하여금 목록화된 URL들에 대한 방문 횟수 및/또는 방문 빈도를 지정할 수 있게 하는 유저 설정(310)을 포함할 수 있다. 구체적인 예에 있어서, 설정은, 2개 이상의 페이지 뷰가 최종 4시간에서 발생했으면 트리거하도록 조정되었다. 유사하게, 채널 편집기는 유저에 의해 조우되거나 검색되는 키워드들의 수 및/또는 그 조우/검색의 빈도라는 관점에서 유저 행위를 지정하는 설정들(312, 314)을 또한 포함할 수 있다. 특히, 예시에 있어서, 검색 조건이 트리거하기 위해서는 적어도 2개의 검색들이 과거 7일의 목록화된 키워드들을 사용하여 수행되어야 하며; 키워드 뷰 트리거에 있어서, 키워드들은 최종 7일에 걸쳐서 적어도 15 페이지 뷰들 사이에 나타나야 한다. 또한, 도면에 있어서의 예시적인 채널 편집기는, 최종 10 페이지 뷰들 사이에서 적어도 2회 존재할 동일 키워드를 요구하는 설정(316)을 또한 포함한다. 도 3에 묘사된 시간 범위들은, 부여된 액션(페이지 뷰, 키워드 발생 등)이 "NOW"와 "NOW" 사이에서 발생하도록 선택될 수 있고, 그것은 유효하게, 실제 페이지가 보이고 있는 동안 또는 키워드가 조우되는 동안 채널만이 활성인(즉, 충족) 결과를 가져온다는 것이 또한 이해될 것이다.

[0048] 또한, 시간 제약은 발행자에 의해, 그의 광고들 또는 컨텐트를 광고하는 범위 및 위치를 컨텐트를 유저가 발행자의 사이트를 조우하는 시간에 아주 근접하게 확장시키기 위해, 사용될 수 있다. 예를 들어, 발행자 A가 그의 웹 사이트 "www.publisher-a.com"의 광고 공간을 이미 초과 판매하였다면, 발행자는 그 자신의 웹 사이트를 표적으로 삼고 사이트 방문자들이 "www.publisher-a.com"을 떠난 후에 (예컨대, 써드-파티(third-party) 사이트상에서 또는 삽입 광고를 통해서) 광고 컨텐트가 사이트 방문자들에게 배달되도록 유발하는 채널을 설립할 수 있다.

[0049] 앞서 기술된 그리고 도 3에 관한 채널 편집기는 많은 잠재적인 예시들 중 하나일 뿐이라는 것이 이해될 것이다. 앞서 표시된 바와 같이, 파라미터상의 시간 제약들은 임의의 관련 기간으로 조정될 수 있다. 조건들은 302 및 301에 도시된 전체 키워드나 URL 목록보다, 개개의 키워드들이나 키워드 그룹핑(grouping)들에 적용될 수 있다. 부울(boolean) 및 다른 논리 연산자들이, 더 큰 유연성을 위해, 조건들을 조합하는데 사용될 수 있다. 매우 많은 다른 예시들이 가능하다.

[0050] 기술된 채널 에디팅 기능에 더하여, 채널 관리자(140)는, 기존 채널들과 다른 유저들에 의한 소유의/생성된 채널들에 대한 액세스를 제공하기 위해 사용될 수 있다. 채널들은, 웹 상호 작용의 효율성을 개별적으로 그리고 집단적으로 개선하기 위해, 타인들에 의해 일반적으로 이용되고 수정되며 보일 수 있다. 다른 정보/지식 제품들에 관해서, 채널들은 오픈-소스(open-source) 기반으로 이용할 수 있게 만들어지거나, 지정된 사용 조건에 따라 라이센스/판매된다. 따라서, 본 설명의 추가의 예시적인 양태들은 이 명세서에 기술되는 채널들에 대한 매매를 생성 및 촉진하기 위한 시스템 및 방법에 지향된다. 이 채널 매매는 하기에서 더욱 상세히 설명될 것이다.

[0051] 채널 생성 및 배치의 추가적인 양태들은 모니터된 클라이언트 활동에 기초한 표적 광고 재료를 전하는 것에 관련해서 이해될 것이다. 특히, 도 4는, 이 명세서에서는 미디어 기획 도구(400)로서 칭해질, 유저 인터페이스(142)의 구현을 묘사한다. 미디어 기획 도구는, 이 명세서에서 논의되는 채널 메커니즘을 사용하여, 유저 스테이트에 기반하는 표적 광고 컨텐트의 배달을 조정하도록 되어 있는 시스템의 일부를 형성한다.

[0052] 표적 광고 시스템에 채용될 수 있는 예시적인 데이터 흐름이 도 5에 도시되었다. 클라이언트 네트워크 활동에 관한 정보는 이 명세서에 기술되는 ISP-협동 모니터링 프로세스들을 사용하여 생성될 수 있다. 모니터 및 채널 서버에 의해 수신되는 웹 활동 정보는, 컨텐트를 클라이언트(510)에 배달되도록 유발시킬 수 있는, 하나 이상의 채널들의 활동을 트리거하기에 충분할 수 있다. 이러한 식으로, 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보는, 그 클라이언트의 네트워크 활동에 응답하여 클라이언트로부터 수신 되는대로 계속해서 갱신될 수 있다.

[0053] 도 5로 돌아가 보면, 광고자(560)들은 클라이언트들로부터 수신되는 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보에 의해 활성화될 수 있는 트리거들을 포함하는 미디어 기획 도구(400)를 통해 채널들을 선택 및/또는 생성할 수 있다. 트리거들, 활동 프로파일들, 조건들 등을 포함하여, 클라이언트의 "스테이트"를 기술하기 위해 이 명세서에 다양한 용어들이 사용된다. 이 스테이트 기술들(520)은 다소 겹칠 수 있지만, 어떤 경우에 있어서도 그것들은, 채널 정의를 형성하도록 다양한 방식으로 조합될 수 있는 블록들을 구성하는 것으로서 일반적으로 사용된다.

[0054] 매우 상세히 기술될 바와 같이, 가능성 있는 클라이언트 스테이트들의 영역은, 클라이언트들을 표적으로 삼을 때 광고자들에 의해 활용될 수 있는 다양한 사용 가능한 채널들 (그리고 관련 광고 캠페인(campaign)들)을 나타내는 "채널 트리(channel tree)"(도 5의 570에 도시됨)상으로 매핑될 수 있다. 일예로서, 채널은, 모니터된 웹 활동에 의해서(예컨대, 하나 이상의 매치된 채널들(530)을 식별하기 위해 ISP 채널 서버(128)가 스테이트 기술들(520)을 저장된 채널들(570)과 교차 참조하는 것에 의해서) 활성화된다. 그 후, 매치된 채널들과 관련된 캠페인들이 캠페인 목록(540)로부터 획득될 수 있고, 그 후에는, 클라이언트에게로의 최고의 광고(550)의 배달을 시작하기 위해 최종 선택이 실행될 수 있다.

[0055] 채널 매치를 경시적으로 기록하는 것에 의해, 시스템은 특정 클라이언트나 클라이언트들의 세트에 대해 세션(session) 행위 및 더 긴 기간의 히스토리(history)의 양쪽을 확립할 수 있다. 또한, Nielsen, Comscore via Media Metrix, online surveys 등과 같은 써드 파티 데이터 제공자들과 교차 참조하는 것에 의해, 이 명세서에 기술된 접근법들은 또한 인구 통계학적 프로파일들 및 그룹들을 제공할 수 있다. 클라이언트 유저에게, 그들의 행위 또는 그들이 누구인가(예컨대, 인구 통계학적), 그들이 무엇을 했는가(예컨대, 세션 및 히스토리), 및/또는 그들이 현재 어디에 있는가(예컨대, 전후 관계적인)에 기반하여 최고 수확의 광고를 제공하기 위해, 하나 이상의 클라이언트들의 전후 관계적 및/또는 행위에 관한 정보가 다양한 사용 가능한 캠페인들 및 그것들의 대응하는 비율 및 성능과 조합될 수 있다.

[0056] 채널들을 확립하기 위해 조건들, 프로파일들, 트리거들 등을 수립하는 것은, 도 3에서 안내된 채널-확립 논의를 확장 및 연장하는, 도 6, 7A 및 7B에 더 예시되어 있다. 도 6은 시스템이 표적화된 컨텐트를 적절히 선택하는 방식의 예를 설명하는 개략적인 예시도를 제공한다. 일예로서, 채널 서버(610)는, 622로 표시되는 트리거들을 활성화시키기 위해, 본 또는 현재의 웹 페이지와 관련된 전후 관계적인 정보를 활용할 수 있다. 컨텐트 조정기(content coordinator)는, 630에서와 같은 이전의 웹 페이지와 관련되는, 632로 도시되는, 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보를 활용할 수 있다. 유사하게, 심지어 더 오래된 또는 이전의 웹 페이지들에 관련된 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보가, 현재의 웹 페이지에 배달될 컨텐트를 선택하기 위해, 컨텐트 제공자에 의해 고려될 수 있다.

[0057] 또한, 몇몇의 실시예들에 있어서, 컨텐트 조정기는 그 각각의 웹 페이지의 임시 위치에 기반하여 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보의 가중치 부여를 조정할 수 있다. 도 7A 및 7B는 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보의 가중치 부여가 그 시발되는 웹 페이지의 히스토리적인 전후 관계에 따라 어떻게 변화될 수 있는가의 한정되지 않는 예들을 예시한다. 예를 들어, 도 7A는 더 최근의 웹 페이지들과 관련된 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보가, 덜 최근의 웹 페이지들과 관련된 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보에 비해, 컨텐트 조정기에게 어떻게 더 영향을 미칠 수 있는가를 예시한다. 환언하면, 클라이언트에 의해 더 최근에 수신된 웹 페이지와 관련된 키워드들이나 다른 정보와 같은 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보는 이전의 웹 페이지와 관련된 키워드들보다 결정 프로세스에 더 큰 영향을 미칠 수 있다. 도 7B에 의해 예시되는 바와 같이, 2개 이상의 웹 페이지들과 관련된 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보는 특정 임계(예컨대, 3개 또는 4개의 이전의 웹 페이지 뷰들)까지 동등한 가중치 부여가 주어질 수 있다. 예를 들어, 현재의 웹 페이지들 및 3개의 이전 웹 페이지들과 관련된 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보는 컨텐트 조정기에 의해 활용될 수 있는데, 심지어 더 일찍 발생한 웹 페이지들과 관련된 트리거들은 생략되거나 컨텐트의 선택쪽으로 더 적은 영향을 제공할 수 있다. 도 7A 및 7B는 예시적인 가중치 부여 기능들(710, 720)을 각각 제공하지만, 어떠한 적합한 기능도 컨텐트의 선택을 제어하는데 사용될 수 있다는 것을 이해해야 한다. 또한, 이 가중치 부여 기능들은, 클라이언트에게 배달되는 맞춤형 컨텐트를 더 향상시키기 위해, 광고자나 컨텐트 제공자에 의해 설정되는 파라미터들에 기반하여 적합되거나 최적화될 수 있다.

[0058] 미디어 기획 도구(400)는 일반적으로 채널 관리자(140)(도 1)와 통합되거나, 관리자 모듈을 포함하는 한 벌의 소프트웨어 도구의 일부를 형성한다. 미디어 기획 도구는, 하나 이상의 광고자들, ISP들, 발행자들 등으로 하여금 잠재적인 광고 표적들의 관찰된 웹 행위에 기반되는 유효한 표적화 방식으로 광고 캠페인들과 관련되는 컨텐트의 배달을 제어할 수 있게 하는데 사용될 수 있다. 이 명세서에서 사용되는 광고자라는 용어는 발행자들,

광고자들, 대행자들, 회사들, ISP들, 컨텐트 제공자들, 조정자들 등을 포함할 수 있다는 것에 주목한다.

[0059] 일예로서, 채널들은 미디어 기획 도구(400)를 통해 (예컨대, 중앙 채널 서버 그룹(160)으로부터 액세스할 수 있는) 데이터 베이스나 저장소로부터 선택될 수 있고, 및/또는 채널들은 2 이상의 광고자들 사이에서 공유될 수 있다. 몇몇의 실시예들에 있어서, 시스템은, 광고자들, 발행자들, ISP들, 조정자들 등으로 하여금 컨텐트 표적화와 채널 구성 또는 설립에 관한 레이팅(rating)들과 논의들을 공유할 수 있게 하도록, 미디어 기획 도구 인터페이스로부터 액세스 가능하고 미디어 기획 도구 인터페이스에 의해 촉진되는 전자 시장(electronic marketplace)을 포함할 수 있다. 이러한 시장은 또한, 채널들을 유료 기반으로 보이고, 판매되거나 라이센스되게 할 수 있으며, 미디어 기획 도구는 거래를 실행하기 위한 프론트-엔드(front-end) 유저 인터페이스를 제공한다.

[0060] 도 8은 광고자가 미디어 기획 도구를 통해 광고 채널을 선택, 생성, 수정 및 공유할 수 있는 방식을 설명하는 몇몇의 예시적인 시나리오들을 예시한다. 도시된 바와 같이, 광고자들(560)은 미디어 기획 도구(400)를 통해 채널들(810, 812, 814, 816, 818)을 액세스 및/또는 공유할 수 있다. 이러한 특정 시나리오에 있어서, 채널(810)은, 미디어 기획 도구에 의해 촉진되는 시장을 통해 2 이상의 광고자들 사이에서 공유될 수 있는 공공의 또는 "오픈 소스"의 채널을 포함한다. 예를 들어, 제1 광고자(560)는 도 9 및 10에 관하여 더 매우 상세히 기술될 바와 같이 미디어 기획 도구와 더불어 생성되는 채널(810)을 가질 수 있고, 그에 의해 채널은 공공의(개방의) 채널로서 도 8에 묘사된 하나의 또는 양쪽의 다른 광고자들(560)과 공유된다. 환언하면, 채널 소유자에 의해 지정되는 사용 조건들에 따라, 묘사된 광고자들 중 임의의 광고자가 다른 광고자들에 의해 생성되는 채널들을 액세스 및/또는 사용할 수 있고, 또는 그들의 특정 필요들에 적합하게 하기 위해, 그 채널들을 대안적으로 수정할 수 있다.

[0061] 예를 들어, 광고자(560a)는 채널(812)을 생성하기 위해 채널(810)을 수정할 수 있다. 또한, 광고자(560a)는 채널(812)의 사용 조건들을 지정할 수 있고, 그래서 채널은 개방되고(요금 없이 타인에 의해 볼 수 있고 사용할 수 있는) 또는 유료로 및/따른 다른 조건들에서 사용할 수 있다. 예를 들어, 채널(812)이 개인 채널로 설정된 경우에, 광고자(560a)는 그들이 선택하는 특정 광고자들에 대해 채널(812)로의 액세스를 제한할 수 있다. 일예로서, 광고자(560a)는, 광고자(560b)로부터의 채널에 대한 액세스를 억제하면서, 광고자(560c)와 같은, 다른 광고자에게 채널(812)을 판매하거나 라이센스할 수 있다.

[0062] 이러한 식으로, 광고자는 채널을 선택, 생성, 수정, 및/또는 공유할 수 있고; 채널이 공공의 것이 될지 개인의 것이 될지의 여부를 선택할 수 있으며; 그들의 개인 채널들의 라이센스나 판매로부터의 소득을 수령할 수 있다. 미디어 기획 도구는 이 특징들의 일부 또는 전부를 가능케 할 수 있음과 더불어 채널의 라이센스 및 구입에 관하여 하나의 광고자로부터 다른 광고자에게로의 통화 기금(monetary fund)의 이전을 촉진하는 것을 가능케 할 수 있다. 조정자, ISP, 발행자와 같은 파티(party), 또는 다른 적합한 파티는 미디어 기획 도구를 호스트하고 도 11 및 12에 관하여 더 매우 상세히 기술될 바와 같은 다양한 채널 기능들에 관한 다른 파티들의 상호 작용을 촉진할 수 있다. 하나의 한정 없는 예로서, 조정자는 독립 파티로서 미디어 기획 도구를 호스트할 수 있고, 그에 의해 미디어 기획에 동등하게 액세스하여 복수의 여러 상이한 파티들에 대한 또는 심지어 일반 공중에 대한 조정자에 의해 승인될 수 있다.

[0063] 도 9 및 10은 채널을 선택, 생성, 또는 수정하기 위해 광고자에 의해 사용될 수 있는 예시적인 도구들을 예시한다. 이러한 예들은 앞서 논의된 채널 생성 예들과 많은 면에서 겹치지만, 본 예들은 표적 광고에 특히 더 지향된다. 일예로서, 미디어 기획 도구는, 광고자에게 특정 광고 캠페인들에 적용되는 채널들을 제어할 수 있는 능력을 제공하는 소프트웨어 어플리케이션을 포함할 수 있다. 도 9 및 10에 예시된 메뉴들이 미디어 기획 도구의 인터페이스의 특정 예를 제공하지만, 이러한 예들은 한정하는 것이 아니며 다른 예들과 실시예들이 가능하다는 것을 이해해야 한다. 다중의 파티들이 동일한 캠페인을 제어하기 위해 미디어 기획 도구를 활용할 수 있고, 그에 의해 광고자들, 발행자들, ISP들, 조정자들 등 사이의 협력을 가능하게 할 수 있다는 것에 또한 주목한다.

[0064] 도 9는 하나 이상의 채널들을 생성하거나 수정하는데 사용될 수 있는 채널 생성 도구를 예시한다. 이러한 특정 예에 있어서, 광고자는 항공 여행에 관한 채널을 생성하려고 시도할 수 있다. 하지만, 다양한 카테고리들 또는 서브-카테고리들에 관한 다른 파라미터들이 생성될 수 있다는 것을 이해해야 한다. 예를 들어, 스포츠 테마의 카테고리에 관한 채널들이, 야구, 풋볼(football), 축구와 같은 파라미터들 또는 서브-카테고리들을 포함하여 생성될 수 있다. 다른 예로서, 자동차 테마의 카테고리에 관한 채널들은, 레이싱, 수리, 리뷰(review) 등과 같은 서브-카테고리들을 포함하여 생성될 수 있다. 이 채널들은 상이한 카테고리들 및 서브-카테고리들과 관련한 다양한 트리거들을 포함할 수 있으며, 그 예가 도 9에 예시되어 있다.

[0065] 특히, 도 9의 예는 하나 이상의 파라미터들의 제어를 통해 채널 정의를 수정하는 능력을 도시한다. 채널 트리 상에 매핑될 수 있는 채널 또는 채널들의 세트의 생성은 하나 이상의 전후 관계 파라미터들의 선택을 포함할 수 있다. 예를 들어, 풀 다운 메뉴(pull down menu)로부터 선택되는 전후 관계 파라미터 "Travel_Flights"는 여행이나 항공기들에 관한 정보를 포함하는 웹 페이지들을 검색한 클라이언트들에 매치될 수 있다. 유사하게, 풀 다운 메뉴로부터 또한 선택된 전후 관계 파라미터 "Travel_Hotels"는 여행이나 호텔 체재에 관한 정보를 포함하는 웹 페이지들을 검색한 클라이언트들에 매치될 수 있다. 이러한 방식으로, 임의의 수의 전후 관계 파라미터들이 추가될 수 있으며, 이 경우에 있어서는 2개가 제공되었다: "Travel_Flights" 및 "Travel_Hotels". 도 10을 참조하여 더 매우 상세히 기술될 바와 같이, 이 전후 관계 파라미터들은 임의의 수 또는 타입의 관찰 가능한 정보를 포함하도록 생성되거나 수정될 수 있다. 예를 들어, "Travel_Flights" 전후 관계 파라미터는 "flights", "travel", "tickets", "airline" 등과 같은 키워드들을 포함하는 클라이언트 페이지 뷰들을 통해 충족될 수 있다.

[0066] 세션 파라미터들은 브라우저 세션 또는 로그인 세션내에서 지정된 웹 페이지를 지정된 횟수 방문한 유저를 제한하는데 사용될 수 있다. 예를 들어, 도 9에 예시된 바와 같이, 세션 파라미터들은 "Travel_Flights", "Travel_Hotels" 등과 관련된 2 이상의 웹 페이지들을 방문한 클라이언트 유저들에 의해 트리거될 수 있다. 임의의 적합한 방문의 수가 입력될 수 있다는 것을 이해해야 한다. 이러한 방식으로 광고자는, 클라이언트의 활동이 특정 채널이나 파라미터와 상관될 빈도 임계를 선택할 수 있다.

[0067] 채널들의 추가적인 제어를 가능케 하고 그래서 맞춤형 컨텐트의 배달을 가능케 하도록 다양한 논리 연산자들이 선택될 수 있다는 것에 주목한다. 도 9의 예에 의해 예시되는 바와 같이, 풀 다운 메뉴는 OR 및 AND와 같은 논리 연산자들을 선택하는데 사용될 수 있다. 이것들은 채널의 생성과 채널 트리에 있어서의 그것의 포함을 제어하는데 사용될 수 있는 메커니즘을 규정하는 예들 -임의의 적합한 논리 연산자 또는 다른 조건- 일 뿐이다.

[0068] 도 9에 예시되는 바와 같이, OR 논리 연산자는 세션 파라미터들의 2가지의 선택된 조건들을 결합시키기 위해 선택되었다. 그와 같이, "Travel_Flights" 또는 "Travel_Hotels" 전후 관계 파라미터들과 관련되는 2개 이상의 웹 페이지들을 검색한 클라이언트들은 컨텐트 조정기 / 채널 서버에 의해 매치로서 평가될 것이다. 대안적으로, AND 연산자가 선택될 수 있고, 그래서 클라이언트들은, 그들이 "Travel_Flights" **및** "Travel_Hotels" 전후 관계 파라미터들의 양쪽과 관련되는 2개 이상의 웹 페이지들을 검색한 경우에 매치될 수 있다.

[0069] 유사한 방식으로, 광고 채널들은, 전후 관계 채널들과 관련되는 컨텐트를 수신하는 클라이언트들의 빈도에 기반하여 채널을 제한하도록, 제어될 수 있다. 일 예로서, 도 9에 예시된 바와 같이, 클라이언트가 과거 7일 내에 "Travel_Flights" 채널과 관련된 적어도 2개의 웹 페이지들을 검색한 경우에 그리고 (논리 연산자에 의해 규정되는 대로) 클라이언트가 과거 7일 내에 "Travel_Hotels" 채널과 관련된 적어도 2개의 웹 페이지들을 검색한 경우에, 채널은 클라이언트에 매치될 수 있다. 이들 조건들은, 예컨대, 논리 연산자를 "and"에서 "or"로, 또는 다른 적합한 연산자로 변경하는 것에 의해, 광고자에 의해 조정될 수 있다는 것을 이해해야 한다. 또한, 방문 횟수나 일수와 같은 행위에 관한 채널에 할당되는 조건들은 상이한 클라이언트/컨텐트 매칭을 달성하도록 조정될 수 있다.

[0070] 유사하게, 인구 통계학적 파라미터들이 조정될 수 있다. 인구 통계학적 파라미터들은, 클라이언트가 제한할 수 있는 것에 대항하여, 다른 무엇보다도 연령, 성별, 사회 경제적 지위와 같은 특정 인구 통계학적 그룹을 반영하도록 조정될 수 있다. 예를 들어, 도 9에 예시되는 바와 같이, 제1 인구 통계학적 파라미터는 남성/여성 선택을 포함할 수 있고, 제2 파라미터는 연령 범위(예컨대, 26~35)의 선택을 허용할 수 있다. 이러한 식으로, 인구 통계학적 파라미터들을 적합하는 클라이언트 유저는 그들의 특정 그룹에 유효하거나 적절한 컨텐트에 매치될 수 있다. 이 인구 통계학적 그룹들은 시장 조사 정보로부터의 다른 파티(예컨대, Nielsen 또는 Comscore) 또는 광고자에 의해 생성될 수 있고 또는 미디어 기획 도구에 의해 제공되는 협력 환경을 활용하는 광고자를 대행하는 써드 파티 데이터 전문가들에 의해 생성될 수 있다. 또 다른 예로서, 인구 통계학적 파라미터들은 클라이언트 유저들에 지향되는 온라인 관찰에 의해 증가되고 유효해질 수 있다. 다양한 인구 통계학적 파라미터들이 채널들로서 제공될 수 있다. 예를 들어, 채널은, 26세와 35 사이의 연령인 클라이언트 유저들의 인구 통계학적 파라미터를 포함할 수 있다.

[0071] 전후 관계, 세션, 행위에 관한, 그리고 인구 통계학적 파라미터들을 지정하기 위해, 도 9에 도시된 특징들을 한정되지 않고 포함하는, 임의의 수 또는 타입의 채널 생성 도구들이 사용될 수 있다는 것을 이해해야 한다. 이 파라미터들 중 어느 하나가, 대응하는 "remove" 또는 "add" 아이콘을 선택하는 것에 의해 채널로부터 제거되거나 추가될 수 있다. 일단 채널이 요구 되는대로 구성되면, "Submit" 아이콘은, 다양한 채널 서버들(예컨

대, ISP 내에서 동작하는 채널 서버(128))들로의 배분을 위해 시스템내로 채널을 로드(load)시키는데 사용될 수 있다.

[0072] 도 10은 채널의 트리거들, 조건들 등을 조정/지정하는데 사용될 수 있는 추가의 특징들을 묘사한다. 특히, 묘사된 예는 도 9를 참조하여 논의된 파라미터들에 값들을 할당하는 것을 가능케 한다. 항공 여행 예와 더불어 계속하여 보면, "URLs" 필드에 있어서, 하나 이상의 관심 URL들이 채널 서버들에서 실행되는 채널 매칭 동작을 통해 그 URL들의 영향을 제어하기 위해 가중치가 부여될 수 있다. 도 10에 예시된 바와 같이, URL "www.ba.com"이 선택되었고 100의 값이 할당되었으며, "www.opodo.com"이 선택되었고 70의 더 적은 값이 할당되었다. 환언하면, URL 어드레스 "www.ba.com"을 요청하는 클라이언트들은 트리거를 활성화시키는 것에 의해 특정 채널에 매치될 수 있는 반면에, "www.opodo.com"을 요청하는 클라이언트들은, 적어도 일부의 조건들하에서, 매치되지 않을 수 있다.

[0073] 몇몇의 실시예들에 있어서, 클라이언트에게 공급될 특정 광고에 대한 최소값을 지정하는 민감도 임계가 할당될 수 있다. 민감도 임계는, 광고자나 다른 파티가, 채널이 매치되기 전에, 하나 이상의 트리거 또는 트리거들의 조합이 존재할 것을 요구하는 경우에 유용할 수 있다. 예를 들어, 키워드 값이 30이고 임계가 100으로 할당되면, 최소한의 4 키워드들이 클라이언트에 매치될 채널에 대해서 필요할 것이다. 민감도 임계를 증가시키는 것에 의해, 매치의 특이성도 증가될 수 있고, 그것은 매치의 수를 감소시키고 그래서 공급되는 광고들의 양도 감소시키면서 컨텐트(예컨대, 광고)의 유효성을 증가시키는데 도움이 될 수 있다. 역으로, 민감도 임계를 감소시키는 것은 더 많은 매치들을 초래할 수 있고, 따라서 공급되는 더 많은 수의 광고들을 초래할 수 있다. 하지만, 민감도 임계를 감소시키는 것에 의해, 매치가 또한 더 얕아질 수 있고, 광고들이 잠재적으로 보다 덜 효과적이다. 도 10에 예시된 바와 같이, 민감도 임계는 "100"으로 설정되었다. 따라서, "www.ba.com"과 관련된 URL 어드레스를 요청하는 클라이언트는, 특정 URL의 값이 민감도 임계와 동등하거나 더 크기 때문에, 매치될 수 있다(예컨대, 특정 광고가 공급된다). 대조적으로, "www.opodo.com"를 요청하는 동일 클라이언트는, 70의 값이 100의 민감도 임계보다 더 작으므로, 동일 광고를 수신하지 않을 수 있다.

[0074] 도 10에 추가로 도시된 바와 같이, 가중치 부여는 다른 파라미터들에 적용될 수 있다. 예를 들어, "Search Terms" 필드는 100의 할당된 값을 갖는 검색 조건 "flights"를 포함한다. 유저가 "flights"라는 조건에 대해 (예컨대, 웹 기반 검색 엔진을 통해) 검색하면, 할당된 값이 할당된 민감도 임계와 동등하거나 더 크기 때문에, 클라이언트는 채널에 매치될 수 있고 대응하는 광고를 수신한다. 유사하게, "Keywords" 필드를 통해 웹 페이지상의 키워드들이 선택되어 대응 값이 할당될 수 있다. 예를 들어, 키워드 "London tours"는 30의 할당된 값이 더해졌다. 싱글 키워드가 웹 페이지상에 위치되는 조건에 있어서, 클라이언트는 민감도 임계보다 더 적은 30의 값으로 인해 매치되지 않을 수 있다. 환언하면, 활성화될 트리거에 대한 그리고 클라이언트에 매치될 채널에 대한 이 시나리오에 있어서 다른 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보가 요구될 수 있다.

[0075] 또한, 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보는, 다른 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보에 의해 생성되는 총 값으로부터 공제될 수 있는 할당된 네거티브(negative) 값일 수 있다. 예를 들어, 키워드 "airplane crash"는 "-100"의 네거티브 값이 할당되었다. 따라서, 클라이언트가 100의 값을 갖는 "flights"라는 조건에 대해 검색했고, 70의 값을 갖는 URL "www.opodo.com"를 방문했으며, 웹 페이지가 "-100"의 값을 갖는 키워드 "airplane crash"를 포함하면, 이들 3개의 값들의 합계가 100의 민감도 임계보다 더 적기 때문에, 클라이언트는 채널에 매치되지 않을 수 있다. 이러한 식으로, 특정 웹 페이지에 대한 매치 힘이나 총 값은, 채널 선택 도구에 의해 선택되는 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보의 합계를 포함할 수 있다. 또한, 이 값들은, 도 7A 및 7B를 참조하여 앞서 기술된 바와 같이, 가중치 부여 기능에 의해 수정될 수 있다는 것을 이해해야 한다. 예를 들어, 도 10에 예시된 값들은 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보와 관련된 최대값을 나타낼 수 있고, 그에 의해 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보와 관련된 웹 페이지가 클라이언트에 의해 덜 최근에 검색되었음에 따라 값이 감소된다.

[0076] 몇몇의 실시예들에 있어서, 방금 논의된 예시들은 광고자로 하여금, 트리거가 활성화되는 것과 클라이언트가 채널에 매치되는 것을 막는 금지된 전후 관계 정보의 목록을 생성할 수 있게끔 할 수 있다. 예를 들어, 키워드 "airplane crash"는, 유저가 키워드 "airplane crash"를 포함하는 정보를 요청하면, 트리거가 활성화되는 것을 막는 금지된 전후 관계 정보로서 할당될 수 있다. 이러한 식으로, 채널에 관련된 광고가 유저에게 디스플레이되지 않을 것이고 대신 디폴트(default) 광고가, 만약 있다면, 제공될 수 있다.

[0077] 리더는 이 명세서의 인터페이스 예들이 운영자에게 채널 생성 및 관련 파라미터들에 대한 제한 없는 가능성들을 제공하는 것을 인식할 것이다.

[0078] 이러한 식으로, 미디어 기획 도구는 광고자가 채널들을 선택, 생성 및/또는 수정할 수 있게 한다. 그와 같이, 광고자는, 그들이 누구인가(예컨대, 인구 통계학적), 그들이 무엇을 하고 있었는가(예컨대, 세션 및 행위), 그리고 그들이 현재 어디에 있는가(예컨대, 현재의 전후 관계)에 기반하여, 요구되는 청중이나 클라이언트 유저들의 세트에 도달하는 것이 가능하다,

[0079] 도 11은 다중의 파티들 사이의 채널 액세스를 관리하는 예시적인 방법을 예시하는 플로우차트이다. 1110에서, 채널은 채널 소유자로부터 수신될 수 있다. 예를 들어, 소유자(예컨대, 광고자나 다른 파티)는 표적 컨텐트를 선택하기 위해 사용될 수 있는 채널이나 채널들의 세트를 제출하거나 생성할 수 있다. 채널의 소유자는, 채널이 채널 공유 커뮤니티의 다른 파티들에게 공공의 것이 될지 또는 대신 개인적인 것이 될지의 여부를 선택할 수 있다. 예를 들어, 1112에서 채널이 공개될 것이라고 판정되면, 1114에서 다른 파티들에게 채널에 대한 액세스가 승인되며, 채널은 다른 파티들에 의해 보이고, 사용되고, 또는 수정될 수 있다. 대안적으로, 채널이 대신 개인적인 것이 될 것으로 판정되면, 채널에 대한 액세스는 1116에서 제한될 수 있다. 예를 들어, 채널의 소유자나 채널 소유자에 의해 지정된 특정 파티들만이 채널을 액세스할 수 있게 될 수 있고, 소유자에 의해 특별히 승인되지 않는 한 다른 파티들에게는 액세스가 거부될 수 있다.

[0080] 1118에서, 개인 채널에 액세스하려는 요청은 요청하고 있는 파티로부터 수신될 수 있고 요청된 액세스가 승인되어야할 것인지의 여부가 판정될 수 있다. 예를 들어, 광고자는 다른 광고자에 의해 소유되는 개인적인 채널을 사용하려고 시도할 수 있다. 소유자가 요청자에게 액세스를 승인하기를 바라지 않으면, 루틴(routine)은 종료될 것이다. 대안적으로, 액세스가 승인되면, 1122에서 요청이 라이센스 요청인지의 여부가 판정될 수 있다. 예를 들어, 채널 소유자는, 특정 채널 파라미터들의 비밀을 유지하면서 그들의 독점 채널의 사용을 라이센스하려고 시도할 수 있다. 요청자가 채널의 사용을 라이센스하기를 희망하면, 채널에 대한 적어도 일부 레벨의 액세스가 1124에서 승인될 수 있다. 일예로서, 요청자가 그들의 특정 광고 캠페인에 채널을 활용할 수 있도록, 특정 레벨의 액세스가 인에이블될 수 있다. 하지만, 일부 레벨의 액세스에 있어서, 요청자는 특정 채널 파라미터들을 식별하는 것이 가능하지 않을 수 있고, 그에 의해 독점 채널의 기밀성을 유지한다.

[0081] 1126에서, 요청자에 의해 채널이 액세스되었는지(예컨대, 구현되었는지)의 여부가 판정될 수 있고, 만약 그렇다면, 1128에 표시된 바와 같이 적절한 라이센스료가 요청자로부터 채널 소유자에게 이전될 수 있다. 예를 들어, 채널 라이센스는 이용 횟수 기반, 이용 시간 기반 등으로 구성될 수 있다. 하지만, 다른 옵션들이 사용될 수 있다는 것을 이해해야 한다. 대안적으로, 채널이 1126에서 액세스되지 않았다면, 루틴은 채널이 요청자에 의해 액세스되거나 사용될 때까지 1124로 돌아갈 수 있다.

[0082] 라이센스 요청에 대한 대안으로서, 요청자는 소유자로부터 채널을 구입하려고 시도할 수 있다. 이러한 시나리오에 있어서, 요청이 구입 요청인지의 여부가 1130에서 판정될 수 있다. 그 답이 예스(yes)이면, 1132에서 대응하는 구입 비용이 요청자로부터 소유자에게 이전될 수 있고, 채널의 소유권 및/또는 채널의 완전한 액세스가 요청자에게 승인될 수 있다. 환언하면, 채널의 구입시에, 구입자로서의 요청자로 하여금 채널의 특정 컨텐츠나 구성을 볼 수 있게, 채널을 사용할 수 있게, 채널을 수정할 수 있게, 채널을 재판매할 수 있게, 채널을 다른 파티들에게 라이센스할 수 있게, 채널의 사용으로부터 다른 파티들을 배제할 수 있게, 및/또는 채널이 공공의 것이 되게 할지의 여부를 선택할 수 있게 하는 완전한 액세스를 요청자가 승인받을 수 있다.

[0083] 이제 도 12를 참조하여 보면, 개방 채널 시장의 개략도가 제공된다. 도 12의 접근법은 도 11을 참조하여 앞서 기술된 접근법에 추가하여 또는 대안적으로 사용될 수 있다는 것에 주목한다. 1240에서, 광고자나 다른 적합한 파티가, 1242에서의 그들의 광고 캠페인을 위해 컨텐트 표적 정의(예컨대, 채널)를 생성하기 위해, 1240에서 미디어 기획 도구의 유저 인터페이스를 시작할 수 있다. 일예로서, 유저 인터페이스는, 미디어 기획 도구의 조정기에 의해 제공되는 소프트웨어 어플리케이션을 포함할 수 있다. 1242에서 생성되는 컨텐트 표적 정의는 공공 채널 풀(pool)(1244)로부터 수신되는 하나 이상의 공공 채널들 또는 상업 채널 풀(1246)로부터 수신되는 상업 채널들(즉, 개인 채널들)에 기반할 수 있다. 공공 및 상업 채널 풀들은 각기 하나 이상의 채널들을 포함할 수 있다는 것에 주목한다. 예를 들어, 공공 채널 풀은 다른 광고자들이나 써드 파티들에 의해 생성 및/또는 사용된 채널들의 수집을 포함할 수 있다. 몇몇의 실시예들에 있어서, 공공 채널들은 광고자에 의해 무료로 사용될 수 있고, 상업 채널들은 유료로 사용될 수 있다. 이 요금들은 채널 소유자 및/또는 조정자에게 지불될 수 있다. 대안의 실시예들에 있어서, 공공 채널의 사용은 상업 채널에 대한 요금보다 더 적은 요금을 요구할 수 있다. 예를 들어, 더 적은 공공 채널 요금은 광고자에 의해 조정자에게 지불될 수 있고, 더 많은 상업 채널 요금은 채널 소유자 및/또는 조정자에게 지불될 수 있다.

[0084] 1242에서 채널 또는 다른 적합한 표적 정의의 생성시에, 채널을 생성하는 광고자는 1248에서 채널이 개인적일지

공공의 것일지의 여부를 선택할 수 있다. 예컨대, 채널의 공공의 것으로 선택되면, 공공 채널이 1244에서 공공 채널 풀에 추가되기 전에, 1250에서 리뷰 프로세스(review process)가 시작될 수 있다. 일예로서, 리뷰 프로세스는 채널을 풀내의 다른 채널들과 비교하여 중복 채널들을 제거할 수 있다. 다른 예로서, 리뷰 프로세스는 채널을 검사하여 채널에 식별자를 첨부할 수 있고, 그래서 그것은 공공 채널들의 풀로부터 다른 광고자들에 의해 식별될 수 있다. 또 다른 예로서, 리뷰 프로세스는, 결점이 있다면, 공공 채널 풀에 대한 제출을 승인하기 전, 수정을 위해 광고자에게 채널들을 되돌릴 수 있다. 몇몇의 실시예들에 있어서, 조정자는 1248에서 채널 생성자에게 채널에 대한 공개적인 액세스를 승인하는 데 대한 비용을 지불할 수 있다는 것에 주목한다.

[0085] 만약, 채널이 1248에서 대신 개인적인 것이 된다면, 다른 광고자들에 의한 채널에 대한 액세스는 제한되거나 한정될 수 있다. 몇몇의 실시예들에 있어서, 채널이 개인 채널로서 남는 것을 선택하기 위해 채널 생성자에 의해 조정자에게 비용이 지불될 수 있다. 1252에서, 광고자는 개인 채널이 다른 광고자들에 의한 용도로 재판매될지의 여부를 선택할 수 있다. 만약, 답이 노(no)이면, 채널은 개인적인 것으로 남을 수 있고 예컨대, 그것은 채널을 생성한 광고자 또는 광고자가 지정한 다른 파티들에 의해서만 사용될 수 있다. 대안적으로, 광고자가 1252에서 채널을 재판매하기를 희망하면, 그들의 채널은 1246에서 상업 채널 풀에 추가될 수 있다. 몇몇의 실시예들에 있어서, 예컨대, 1250을 참조하여 기술된 바와 같이, 상업 채널 풀로의 추가 전에, 리뷰 프로세스가 개인 채널에 적용될 수 있다. 따라서, 다른 광고자들은 이전에 생성된 개인 채널을 유료로 사용하기 위해 앞서 기술된 바와 같이 미디어 기획 도구를 활용할 수 있다. 개인 채널들과 관련된 정보는, 몇몇의 조건들하에서, 채널을 유료로 사용하고 있는 써드 파티로부터 억제될 수 있고, 그래서 채널 컨텐츠의 기밀성이 유지될 수 있다. 이러한 식으로, 다른 광고자들은, 그들이 채널을 처음으로 사용한 후 조차도, 다음 채널 사용을 위해 채널 소유자에게 요금을 지불하는 것을 계속할 수 있다.

[0086] 이러한 방식으로, 조정자는 채널들에 대한 광고자들 사이의 개방 시장을 촉진하기 위해 미디어 기획 도구를 활용할 수 있다. 따라서, 파티들은 그들 소유의 광고 캠페인들을 위한 채널들을 생성하려고 시도할 수 있는 것뿐 아니라 다른 광고자들에게 그들 독점의 채널들을 라이센스하거나 판매할 수 있다. 채널들의 기밀성을 유지시키는 것에 의해, 채널 소유자는, 그들 채널들의 사용을 써드 파티들에게 라이센스하는 것을 통해 그들 독점의 정보 및 “노하우”로부터 수익을 도출할 수 있다. 도 11 및 12를 참조하여 기술되는 접근법들은 미디어 기획 도구에 의해 실행되고 조정자 또는 다른 적합한 파티에 의해 촉진될 수 있다는 것에 주목한다.

[0087] 도 13은 광고자나 다른 컨텐트가 클라이언트에 배달되어야할지의 여부를 판정하도록 실행될 수 있는 예시적인 루틴을 예시하는 플로우차트이다. 1310에서, 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보가 클라이언트로부터 수신되거나 클라이언트에 기인할 수 있다. 1312에서, 예컨대, 이 명세서에 기술되는 채널 선택 도구를 통해, 광고자에 의해 설정되는 값들에 응답하여 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보에 값들이 할당될 수 있다.

[0088] 1314에서, 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보의 값이 그들의 히스토리적인 전후 관계에 기반하여 조정될 수 있다. 예를 들어, 도 7A 및 7B를 참조하여 앞서 기술된 바와 같이, 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보의 값은 클라이언트에 의해 검색되는 다른 컨텐트나 현재의 웹 페이지에 대한 관련 히스토리적인 인접에 기반하여 감소되거나 대안적으로 증가될 수 있다. 일예로서, 웹 페이지에 위치되는 특정 키워드의 값은, 키워드가 기원된 특정 웹 페이지 다음의 클라이언트 디바이스에 의해 검색되는 각각의 연속하는 웹 페이지와 더불어 (예컨대, 미리 정해진 기능에 기초하여) 감소할 수 있다. 다른 예로서, 네거티브 값들을 갖는 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보는, 관련 웹 페이지가 덜 최근이 되어감에 따라 값에 있어서 증가할 수 있다(예컨대, 덜 네거티브가 되어 갈 수 있다).

[0089] 1316에서, 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보의 총 값이, 클라이언트들의 전후 관계 리더로부터 수신되는 할당된 및/또는 조정된 값들에 기반하여 판정될 수 있다. 민감도 임계는, 예컨대, 도 10의 채널 생성 도구를 통해 광고자에 의해 설정된 것으로서, 1318에서 식별될 수 있다. 1320에서, 1316에서 판정된 총 값이 1318에서 식별된 민감도 임계와 비교되고, 총 값이 민감도 임계와 동등하거나 더 큰 지의 여부가 판정될 수 있다. 만약, 1320에서의 답이 예스이면, 선택된 채널과 관련된 컨텐트(예컨대, 광고)는 1322에서 클라이언트에게 공급될 수 있다. 예를 들어, 광고 또는 다른 컨텐트를 검색하는데 유용한 링크(link)가 클라이언트 디바이스에 전송될 수 있다. 다른 예로서, 컨텐트는 클라이언트 디바이스에 직접적으로 전송될 수 있다. 대안적으로, 만약, 1320에서 답이 노이면, 디폴트 컨텐트가 클라이언트에게 공급될 수 있고 또는 상이한 채널이 활용될 수 있다. 이러한 방식으로, 도 13을 참조하여 기술된 접근법은 광고자들의 캠페인의 채널들 중 일부 또는 전부에 적용될 수 있다. 디폴트 광고나 컨텐트는 컨텐트를 포함하지 않을 수 있고, 그에 의해 발행자나 ISP로 하여금 채널 서버에 의해 제공되는 컨텐트를 대신하여 그들 소유의 광고나 컨텐트를 활용할 수 있게 한다는 것에 주목한다.

[0090] 도 14는 복수의 채널들 중 선택되어야 할 채널을 식별하기 위해 실용될 수 있고, 그에 의해 관련 광고가 클라이언트에게 배달될 수 있는 예시적인 루틴을 예시하는 플로우차트이다. 1410에서, 루틴은, 예컨대, 도 13의 1310 내지 1316을 참조하여 기술된 바와 같이 각 채널에 대한 총 값을 식별할 수 있다. 1420에서, 각 채널과 관련된 광고에 대한 최대 및/또는 최소 빈도, 각 채널과 관련된 것으로서 공급될 광고들의 최소량 및/또는 최대량, 각 채널과 관련된 광고들의 공급들 사이의 최소 및/또는 최대 지속 기간을 한정됨 없이 포함하는 캠패인의 운영 파라미터들이 식별될 수 있다. 이 파라미터들은 미디어 기획 도구를 통해 광고자에 의해 설정될 수 있다는 것에 주목한다.

[0091] 도 5로 간략히 돌아가 보면, 광고자에 의해 선택, 생성, 라이센스, 또는 수정되는 채널들은 570에서 표시되는 바와 같이 채널 트리로서 구성될 수 있다. 예시되는 바와 같이, 광고자는 채널 트리와 관련된 채널들(예컨대, 행위에 관한 채널들(572), 인구 통계학적 채널들(574) 등)을 변화시킬 수 있다. 미디어 기획 도구는 또한, 광고자들로 하여금 540에서 표시되는 바와 같이 광고 캠패인들의 파라미터들을 정의할 수 있도록 할 수 있다. 매치된 채널들(530)은, 광고자에 의해 규정되는 대로 캠패인 목록(540)에 기반하여 클라이언트에게 배달될 컨텐트를 선택하는데 사용된다.

[0092] 미디어 기획 도구는 광고자에게 이전에 생성되었던 캠패인들을 구동, 연장, 수정, 또는 갱신하는 능력을 부여한다. 미디어 기획 도구는 또한, 광고자로 하여금 다음 중 하나 이상을 달성할 수 있게 한다: 창조물의 업로드(upload), 삽입 순서 및 캠패인 정의, 광고의 공급에 대한 빈도 제한 설정, 구동할 채널 선택, 클릭 당 단가(cost-per-click; “CPC”) 선택 또는 식별, 지불될 마일 당 단가(cost per mille; “CPM”) 또는 액션 당 단가(cost per action; “CPA”), 지역 특정(geo-targeting) 설정, 광고의 공급을 위한 타임-오브-데이(time-of-day) 및 데이-오브-위크(day-of-week) 파라미터 설정, 캠패인의 지속 시간(예컨대, 시작 및 종료) 설정, 캠패인 목표(예컨대, 임프레션, 클릭 등) 설정. 또한, CPM, CPC, 및 CPA는 캠패인들 및 채널들을 위해 사용될 수 있고, 유저-정의될 수 있는 조합들에 사용될 수 있다. 예를 들어, CPM + CPA의 조합이 사용될 수 있고 그에 의해 누군가는 임프레션에 대해 그리고 추가적으로 액션마다 비용을 지불한다. 이들 및 다른 파라미터들이 1420에서 식별될 수 있다. 이러한 논의로부터, 본 시스템들은, 정보 입도(granularity)를 극적으로 증가시키고 광고의 배달을 향상시키기 위해, 다양한 방식으로 평가 지표(metrics)를 조합하는 데, 및/또는 새로운 평가 지표를 생성하는데 채용될 수 있다.

[0093] 1430에서, 일부 또는 전부의 클라이언트들에게 공급되는 광고들의 현재의 목록, 광고가 바로 전 공급되었던 이후로 경과된 시간 또는 페이지 뷰들의 수, 잔여 광고 예산 등을 포함하는 현재의 운영 조건들이 식별될 수 있다. 1440에서는, 1410에서 식별되는 채널들의 각각의 총 값, 캠패인 운영 파라미터들, 및 현재 운영 조건들 중 하나 이상에 기반하여 (예컨대, 채널 트리를 통해) 캠패인에 적용되는 복수의 채널들로부터 적어도 하나의 채널이 선택될 수 있다. 1450에서, 선택된 채널과 관련된 광고가 클라이언트에게 공급될 수 있다. 상기 예가 광고 컨텐트를 참조하여 기술되었지만, 다른 컨텐트가 유사한 접근법을 이용하여 클라이언트에게 공급될 수 있다.

[0094] 몇몇의 실시예들에 있어서, 미디어 기획 도구는, 광고자에게 그들의 특정 채널들과 캠패인 파라미터들에 기반하여 공급될 수 있는 광고들의 수의 견적들을 제공하는 데 사용될 수 있다. 1 번째 접근법으로서, 이미 실행되었고 갱신되고 있거나 기존 캠패인에 유사한 캠패인, 목록 견적(예컨대, 목표 성능의 예측)이 광고자에게 이용될 수 있다.

[0095] 2 번째 접근법으로서, 캠패인은, 그 성능을 견적하기 위해 시스템을 가로질러 그것을 작동시키는 것에 의해 캠패인이 시뮬레이트되는 가상 모드로 설정될 수 있다. 예를 들어, 도 13 및 14를 참조하여 앞서 기술된 것과 유사한 전략을 활용하여, 가상 캠패인들이 다른 라이브(live) 캠패인들과 비교될 수 있다. 가상 광고들이 라이브 클라이언트 행위, 리얼 프리퀀시 캡(real frequency cap)들, 및 eCPM 우선 순위 결정(prioritization)과 경쟁하기 때문에, 가상 모드는 공급되는 광고들의 수의 실제적인 예측을 광고자에게 제공할 수 있다. 일예로서, 미디어 기획 도구는 직접 응답 캠패인들을 위해 광고자에 대한 투자의 보수를 증가시키려고 시도하는 eCPM 우선 순위 결정 모델을 포함할 수 있다. 또한, 클릭 및 액션과 같은 캠패인 성능 정보는, 다른 캠패인들이 이익을 얻을 수 있게 하면서, 채널들을 최적화하기 위해 채널 트리로 피드백될 수 있다. 최적화는 공공의 것인 채널들 또는 개인적인 채널들에 적용될 수 있고 그들의 컨텐트를 디스플레이하지 않고 라이센스될 수 있다. 시뮬레이션의 지속 기간은, 표적의 특이성(예컨대, 채널 구성) 및 요구되는 통계상의 중대성의 레벨에 따라, 수분만큼 짧을 수 있다.

[0096] 도 15는 미디어 기획 도구에 의해 촉진될 수 있는 예시적인 시뮬레이션을 예시하는 플로우차트이다. 1510에서,

캠패인과 관련 채널들은 미디어 기획 도구에 의해 수신될 수 있다. 예를 들어, 광고자는 특정 클라이언트들에게 컨텐트를 표적화시키는 것을 가능케 하기 위해 하나 이상의 채널들을 포함하는 새로운 캠패인을 생성할 수 있다. 1520에서, 가상 모드가 광고자에 의해 선택되었는지의 여부가 판정될 수 있다. 만약, 답이 노이면, 루틴은 종료한다.

[0097] 대안적으로, 1520에서 답이 예스이면, 시뮬레이션 파라미터들은 1530에서 식별될 수 있다. 예를 들어, 광고자는 시뮬레이션의 지속 기간, 시뮬레이션의 종결에 대한 통계학적 신뢰, 또는 다른 적합한 시뮬레이션 파라미터들을 규정할 수 있다. 1540에서, 시뮬레이션은, 채널이 클라이언트들에게 배달하기 위한 컨텐트를 선택하는데 사용되는 경우에, 시작될 수 있다. 하나 이상의 채널들을 포함하는 가상 캠패인은 라이브 캠패인들과 경쟁할 수 있다.

[0098] 1550에서, 가상 광고 또는 컨텐트가 공급될지의 여부가 판정될 수 있다. 예를 들어, 가상 캠패인과 관련된 채널들이, 실제 또는 라이브 캠패인들과 관련된 채널들과 함께 하는 클라이언트의 전후 관계적인 및/또는 행위에 관한 정보와 비교됨에 따라, 가상 캠패인과 관련된 가상 광고는 라이브 캠패인들과 관련된 광고들을 넘어서 선택될 수 있다. 따라서, 가상 광고가 클라이언트에 공급될 것이라는 것이 판정되면(예컨대, 가상 채널들이 매치되었음), 클라이언트에 대한 가상 광고의 시뮬레이트된 배달은 1560에서 기록될 수 있고, 라이브 캠패인으로부터의 다음번 최고 매칭 채널과 관련된 실제 광고가 1570에서 클라이언트에 실제로 배달될 수 있다.

[0099] 대안적으로, 1550에서 답이 노이거나 1570으로부터 인 경우에, 시뮬레이션 파라미터들이 획득되었는지의 여부가 판정될 수 있다. 예를 들어, 시뮬레이션 파라미터들이 적어도 규정된 데이터 양을 제공하도록 설정되었다면, 루트(route)는 규정된 데이터의 양이 시뮬레이션에 의해 제공되었는지의 여부를 판정할 수 있다. 답이 노이면, 루틴은, 가상 캠패인이 광고 컨텐트 또는 다른 적합한 컨텐트의 선택을 위해 라이브 캠패인들과 계속해서 경쟁하는 1540으로 돌아갈 수 있다. 대안적으로, 1580에서의 답이 예스이면, 시뮬레이션의 결과들이 광고자 또는 시뮬레이션을 시작한 다른 파티에게 제공될 수 있다. 예를 들어, 1560을 통한 가상 컨텐트의 시뮬레이트된 배달을 포함하는 가상 캠패인의 성능은, 광고자에게 제공될 수 있다. 이러한 식으로, 캠패인을 라이브 설정으로 설정하고 실제로 캠패인을 구동하기 전에, 캠패인은 실제 경쟁적인 설정으로 시뮬레이트될 수 있다. 예를 들어, 광고자가 가상 모드에서의 그들의 캠패인의 성능에 불만족하는 경우, 광고자는 보다 이상적인 성능을 획득하기 위해 캠패인을 수정하거나 동일 또는 상이한 채널들을 포함하는 상이한 캠패인을 활용할 수 있다. 시뮬레이션은 또한 광고자들이 필요한 광고 캠패인 예상을 견적하는데, 및/또는 예산이 짜여진 기금들이 확대되는 비율을 제어하는데 도움을 줄 수 있다.

[0100] 또한, 미디어 기획 도구는 광고자에게 보고를 제공하도록 구성될 수도 있다. 일예로서, 미디어 기획 도구는 임프레션, 도달, 클릭, 액션 등과 같은 캠패인 목적에 기초하는 성능 보고를 제공할 수 있다. 그것은 DART 및 ATLAS와 같은 써드 파티 광고 시스템들과 완전히 통합될 수 있고, 도메인 네비게이션(domain navigation)들 사이에서 또는 텔레비전 프로그래밍 사이에서 클라이언트에게 디스플레이되는 브릿지(bridge) 광고 및 비디오를 위한 진보된 평가 지표를 제공할 수 있다.

[0101] 미디어 기획 도구는 ISP 특정 제어들을 제공할 수 있다. 일예로서, ISP는 참여하고 있는 발행자들에 의해 보이는 페이지내의(in-page) 광고들의 성능을 증대시키는데 더하여 브릿지 광고들이 보이도록 선택할 수 있다. 브릿지 광고에 있어서, ISP는 로그인 세션시에 1 번째 브릿지 광고를 보이기 전 지연, 보이고 있는 브릿지 광고들 사이의 최소 시간, 및/또는 하루당 클라이언트당 보이는 브릿지 광고들의 최대 수를 제어하는 능력을 제공받을 수 있다. 또 다른 요인들이 제어될 수 있다. 따라서, ISP는, 광고자와 독립하여 그들의 시스템을 통해 작동하는 캠패인들의 추가적인 제어를 제공받을 수 있다.

[0102] 브릿지 광고들을 활용하는 발행자들과 ISP들은 광고가 보일 수 있는 장소를 제공할 수 있다. 그 공간의 소유자로서, 그들은, 그들이 미디어 기획 도구를 활용하는 것에 의해 보이기를 희망하지 않는 광고의 타입을 지정할 수 있다. 유사하게, 그들은 광고자에 의해 작동되는 실제 광고들을 리뷰 및/또는 거부할 수 있다. 일예로서, 발행자들 또는 ISP들은 기존의 광고 태그들을 추가적인 태그와 더불어 포장할 수 있고 그것을 위한 가격 임계 또는 eCPM을 지정할 수 있다. 채널 서버가 임계보다 더 높은 값의 광고를 식별할 수 있다면, 더 높은 값의 광고가 보일 수 있다. 그게 아니면, 원래의 광고가 클라이언트에게 공급될 수 있다.

[0103] 몇몇의 실시예들에 있어서, 컨텐트 조정은 클라이언트 성능에 기반하여 선택적으로 실행될 수 있다. 특히, 컨텐트 조정 시스템은 컨텐트 조정에 참여할지 안할지의 여부를 선택할 하나 이상의 기회를 클라이언트에게 제공할 수 있다. 컨텐트 조정에 참여하기로 선택하는 것에 의해, 클라이언트는 클라이언트 네트워크 활동 동안에 획득되는 익명의 전후 관계적 및/또는 행위에 관한 정보에 기반하여 표적화된 컨텐트를 수신할 수 있다. 반면

에, 컨텐트 조정에 참여하지 않기로 선택하는 것에 의해, 클라이언트는 클라이언트 네트워크 활동 동안에 획득되지 않은 익명의 전후 관계적 및/또는 행위에 관한 정보 및 표적화되지 않은 컨텐트를 수신할 수 있다. 컨텐트 조정에 대한 클라이언트 참여 요청은 다양한 이벤트들에 기반하여 상이한 형태들로 생성될 수 있다.

[0104] 도 16은 클라이언트로 하여금, 모니터부에 의해 획득되는 그들의 네트워크 활동에 응답하여 표적화된 컨텐트를 수신하는 것을 그들이 옵트-아웃할지의 여부 또는 표적화된 컨텐트를 수신하는 것을 그들이 대신하여 옵트-아웃할지의 여부를 선택할 수 있게 하는, 예시적인 루틴을 묘사하는 플로우차트를 도시한다. 1610에서, 클라이언트 참여는, 예컨대, 프롬프트(prompt)에 대한 응답으로 조정자 또는 ISP에서 수신될 수 있다. 1620에서, 클라이언트 응답이 옵트-아웃 선택을 포함하면, 표적화된 컨텐트는 모니터부에 의해 제공되는 피드백에 대한 응답으로 클라이언트에게 제공될 수 있다. 예를 들어, 클라이언트의 네트워크와의 상호 작용으로부터 획득되는 행위에 관한 정보는 하나 이상의 채널들에 기반하여 표적화된 컨텐트를 선택하는데 사용될 수 있다. 대안적으로, 클라이언트 응답이 옵트-아웃 선택을 포함하면, 모니터부로부터의 피드백에 기반하지 않는 표적화되지 않은 컨탠트가, 조정자 또는 다른 파티에 의해, 클라이언트에게 제공될 수 있다. 이러한 식으로, 클라이언트는 그들이 표적화된 컨텐트 또는 표적화되지 않은 컨텐트를 수신할지의 여부를 제어하도록 허가될 수 있다.

[0105] 몇몇의 예들에 있어서, 디폴트 선택은 옵트-인 설정으로 설정될 수 있고, 그에 의해 유저는 표적화되지 않은 컨텐트를 수신하기 위해 그들이 옵트-아웃하려 할 것인지의 여부를 선택할 수 있다. 다른 예들에 있어서, 디폴트 선택은 옵트-아웃 설정으로 설정될 수 있고, 그에 의해 유저는 표적화된 컨텐트를 수신하기 위해 그들이 옵트-인하려 할 것인지의 여부를 선택할 수 있다.

[0106] 도 1을 참조하여 이전에 기술된 바와 같이, 인터넷에 관련된 클라이언트의 행위/상호 작용의 관찰을 가능케 하기 위해 하나 이상의 모니터부가 클라이언트의 ISP의 인프라스트럭처와 관련되거나 클라이언트의 ISP의 인프라스트럭처내에서 동작될 수 있다. 도 17, 18, 및 19는 ISP 인프라스트럭처내에서 모니터부가 어떻게 구현되는가의 몇 가지의 한정되지 않은 예들을 제공한다. 하지만, 인터넷에 관련된 클라이언트 행위/상호 작용을 관찰하기 위한 다른 접근법들이 적절한 경우에 사용될 수 있다는 것을 이해해야 한다.

[0107] 도 17은 모니터부를 포함하는 ISP 인프라스트럭처의 1번째 예를 묘사한다. 네트워크(1700)는 인터넷(130)이나 다른 적합한 광역 네트워크(WAN)를 통해 하나 이상의 웹 사이트 서버들(1730)과 통신하는 복수의 클라이언트들(110)을 포함한다. 각각의 클라이언트들은 ISP(1740)를 통해 인터넷과 데이터를 교환할 수 있다. 특정 세션 동안, 클라이언트는 하나 이상의 웹 사이트 서버들과 데이터를 교환하는 것에 의해 하나 이상의 웹페이지들을 브라우징할 수 있다. 이러한 식으로, ISP는 데이터 스트림(1702)에 의해 표시되는 바와 같이 클라이언트와 인터넷 사이의 데이터의 교환을 촉진시킬 수 있다.

[0108] 이러한 특정 예에 있어서, ISP(1740)는, 다른 특징들 중에서도, 데이터 스트림의 선택된 부분들을 ISP 서버 시스템(1743)으로 리다이렉트(redirect)하도록 구성되는 스위칭 디바이스(1742)를 포함할 수 있다. 스위칭 디바이스(1742)는 레이어(Layer)-7 스위치, 딥 패킷(deep packet) 검사 디바이스, 라우터, 로드 밸런싱(load balancing) 디바이스, 또는 다른 적합한 디바이스를 포함할 수 있다. 몇몇의 예들에 있어서, 스위칭 디바이스(1742)는 1706에서 표시되는 바와 같이, 포트 80상에(또는 대안적으로 포트 81 상에) 지정되는 하이퍼텍스트 전송 프로토콜(Hypertext Transfer Protocol; “HTTP”) 데이터만을 ISP 서버 시스템(1743)으로 리다이렉트하도록 구성될 수 있다. 추가적으로, 스위칭 디바이스(1742)는 ISP 서버 시스템으로부터의 데이터를 데이터 스트림을 통해 인터넷 또는 클라이언트에 지향시킬 수 있다.

[0109] 서버 시스템(1743)은 특정 클라이언트에 기인할 수 있는 데이터 스트림의 선택된 부분들을 분석 및 식별하기 위한 하나 이상의 서버들을 포함할 수 있다. 예를 들어, ISP 서버 시스템(1743)은 프로파일러(1744), HTTP 프록시를 포함하는 익명화기(1746), 및/또는 채널 서버(1748)를 포함할 수 있다. ISP 서버 시스템(1743)은 조정자의 중앙화된 채널 서버 시스템(1750)과 또한 통신할 수 있다. 중앙화된 채널 서버 시스템은, 복수의 ISP들간에 데이터의 중앙화된 제어 및/또는 공유를 가능케 하기 위해 ISP(1740)에 더하여 다른 독립 ISP 서버 시스템들과도 통신할 수 있다는 것에 주목한다. 중앙화된 채널 서버 시스템(1750)은, 각기 캠패인 데이터베이스(1754), 채널 성능 데이터베이스(1756), 및/또는 행위에 관한 정보 데이터베이스(1758)를 포함하는 하나 이상의 채널 서버들을 포함할 수 있다.

[0110] 캠패인 데이터베이스(1754)는 ISP들에 제공될 수 있는 관련 컨텐트 및/또는 채널들을 표시하는 복수의 캠패인들을 포함할 수 있으며, 상기 컨텐트는 그 다음에 그들의 하나 이상의 채널들의 활성화에 응답하는 클라이언트들에 제공될 수 있다. 채널 성능 데이터베이스(1756)는, ISP 레벨에서 존재하는, 채널 서버(1748)에 의해 이전에 선택된 채널들을 나타내는 피드백으로부터 획득되었던 채널 성능 정보를 포함할 수 있다. 행위에 관한 데이터

베이스(1758)는, 클라이언트 풀의 각 클라이언트에 기인할 수 있는 데이터 스트림으로부터 획득되는 도출 정보뿐 아니라, 컨텐트(예컨대, 광고)에 응답하는 클라이언트를 나타내는 각각의 ISP 서버 시스템들로부터부터의 피드백을 수신할 수 있다. 따라서, 적어도 일부의 예들에 있어서, 조정자 및/또는 ISP들은 복수의 상이한 ISP 상호 작용들 전역의 클라이언트 행위 및 네트워크 활동을 식별할 수 있다.

[0111] 도 17과 계속하여 보면, 클라이언트(111)와 인터넷(130) 사이에 전송되는 데이터는, 1702에 표시된 바와 같이, ISP(1740)의 스위칭 디바이스(1742)에서 수신 및 식별될 수 있다. 예를 들어, 클라이언트(111)는 1702에서 표시되는 바와 같이 포트 80상의 HTTP 요청에 의해 인터넷 웹 사이트 서버(1730)로부터 웹 페이지를 요청할 수 있다. 데이터는 또한, 인터넷 웹 사이트 서버로부터 인터넷을 통한 클라이언트로의 HTTP 응답 데이터를 포함할 수 있다는 것에 주목한다. 스위칭 디바이스(1742)를 통과하는 데이터 스트림이 HTTP 데이터를 포함하지 않으면, 데이터 스트림은 스위칭 디바이스에 의해 인터넷에 전해질 수 있다. 이러한 식으로, 비-HTTP 데이터는, ISP 서버 시스템으로 리다이렉트되는 일 없이 스위칭 디바이스를 통과할 수 있다.

[0112] 대안적으로, 데이터가, 예컨대, 포트 80상의 HTTP 데이터를 포함하지만, 고유의 식별(UID) 태그를 포함하지 않으면, HTTP 데이터는 1706으로 표시되는 바와 같이 스위칭 디바이스를 통해 익명화기 서버에 전해질 수 있다. 그 다음, 익명화기 서버는 클라이언트 브라우저에서 주 UID 태그를 설정하는 바인딩 리다이렉트(binding redirect)를 (예컨대, 익명화기에 위치되는 프록시를 통해) 바인딩으로 칭해질 수 있는 프로세스에 회신할 수 있다. 일예로서, 주 UID 태그는 레이어-3 리다이렉트 또는 다른 적합한 개방형 시스템 상호 작용(Open Systems Interconnection; "OSI") 기반 모델에 의해 브라우저에서 설정될 수 있다.

[0113] 일예로서, 익명화기 서버는, 주 UID 태그의 카피(copy)를 포함하기 위해 클라이언트에 의해 발행되는 각각의 HTTP 데이터 요청을 유발하는 쿠키를 클라이언트 브라우저에 송신할 수 있다. 주 UID 태그가 클라이언트 브라우저에서 설정된 후에, 익명화기는 HTTP 데이터를 (예컨대, 프록시를 통해) 인터넷에 전할 수 있고, 그에 의해 요청된 데이터가 그 다음에 클라이언트에 제공된다. ISP를 통해 인터넷과 통신하는 복수의 클라이언트들의 각 클라이언트는 각기 할당되는 상이한 UID 태그에 의해 이러한 방식으로 참조될 수 있다는 것에 주목한다. 각 클라이언트에 할당되는 UID 태그는 랜덤하게 생성된 그리고 고유의 식별자를 포함할 수 있다. 예를 들어, 각 클라이언트는 그들 각각의 IP 어드레스를 나타내지 않는 관련 UID를 할당받을 수 있다. 이러한 식으로, 특정 클라이언트는 클라이언트 유저의 신원을 판정하기 위한 용도의 UID에 의해 식별되지 않을 수 있고, 그에 의해 그들 네트워크 활동의 획득 동안에 클라이언트의 프라이버시를 유지한다.

[0114] 만약, UID 태그가 HTTP 데이터에 존재하면, HTTP 데이터가 인터넷에 전해질 수 있고, UID 태그를 포함하는 HTTP 데이터의 읽기 전용 카피가 스위칭 디바이스에 의해 프로파일러 서버 그룹에 제공될 수 있다. 프로파일러는 관련 UID 태그에 대해 HTTP 데이터로부터 일정한 도출 정보를 식별하도록 구성될 수 있다. 이 도출 정보의 예들은, HTTP 데이터와 관련된 유니폼 리소스 로케이터(Uniform Resource Locator; "URL"), HTTP 데이터에 포함되는 키워드들, 및/또는 클라이언트에 의해 시작되는 검색 질문들을 포함한다. 예를 들어, HTTP 데이터에 포함되는 하이퍼텍스트 마크업 언어(Hypertext Markup Language; "HTML")는 프로파일러 서버에 의해 분석될 수 있고, 그에 의해 특정 키워드들이 식별되고 및/또는 카운트된다. 몇몇의 예들에 있어서, 프로파일러는 ISP 또는 조정자에 의해 지정된 선택 키워드들만을 식별할 수 있다. 몇몇의 경우에 있어서, 프로파일러는 웹 페이지의 폼 필드(form field)로부터 수신되는 데이터, 이메일 어드레스, 및/또는 규정된 디지트(digit)의 양보다 더 많이 포함하는 수들을 명백히 무시할 수 있다(예컨대, 4 이상의 디지트들이 있는 수들을 무시). 또한, 프로파일러는 클라이언트 브라우저에 의해 요청되는 웹 페이지들의 가장 공통의, 관련 키워드들의 목록을 컴파일(compile)할 수 있다. 또한, 프로파일러는, 요청된 웹 페이지들의 각각의 그 빈도(예컨대, 발생수) 및/또는 웹 페이지상의 텍스트의 특정 부분의 키워드들의 밀도에 기반하여 이 키워드들을 랭크(rank)시킬 수 있다.

[0115] 프로파일러는 UID와 관련된 HTTP 데이터로부터 획득되는 도출 정보를 포함해서, 익명화기에 정보의 요약을 제공할 수 있다. 도출 정보는 관련된 UID들의 각각에 대해 프로파일 데이터베이스의 익명화기에 저장될 수 있다. 익명화기에 의해 수신되는 각각의 새로운 UID에 있어서, 그것은 프로파일러에 의해 UID의 네트워크 활동으로부터 획득되는 도출 정보에 응답하여 각 기존의 UID에 대해 적절한 기존 프로파일을 주기적으로 갱신하고 새로운 프로파일을 생성할 수 있다. 도출 정보를 포함하는 이러한 정보의 요약은, (예컨대, 브라우저에 의해 로드된 또는 요청된 각 웹페이지에 대해) 각 HTTP 데이터 요청과 더불어 프로파일러에 의해 익명화기에 제공될 수 있다. 익명화기는, 클라이언트 익명성을 유지하기 위해, 클라이언트의 IP 어드레스와 같은 임의의 비-익명적인 식별자들을 폐기할 수 있다.

[0116] 만약, HTTP 데이터가 ISP에 어드레스되는(addressed) 광고 요청 태그를 포함하면, 익명화기 서버는 클라이언트

와 관련된 UID 태크를 포함하는 광고 요청을 수신할 수 있고, 대응하는 UID에 기반하여 광고를 요청하는 클라이언트에 대한 프로파일을 룩업(look up)할 수 있다. 대안적으로, 광고 태그가 인터넷을 통해 클라이언트와 통신하는 다른 위치에 어드레스되면, 스위칭 디바이스는 인터넷에 광고 요청을 전할 수 있다. 익명화기는 적절한 UID에 대한 프로파일과 더불어 채널 서버에 광고 요청을 전할 수 있다. 익명화기가 채널 서버에 프로파일을 전하기 전에 프로파일로부터 선택 정보를 폐기할 수 있다는 것에 주목한다. 예를 들어, 익명화기는, 클라이언트 익명성을 유지하기 위해, 클라이언트의 IP 어드레스와 같은, 비-익명적인 식별자들을 폐기할 수 있다.

[0117] 채널 서버는 채널 서버 그룹에 저장되는 복수의 채널들로부터 적어도 하나의 채널을 선택할 수 있다. 채널 서버는 각 채널과 관련된 트리거 조건들과 더불어 익명화기에 의해 제공되는 프로파일을 비교하는 것에 의해 복수의 채널들로부터 채널을 선택할 수 있다. 채널 서버는 익명화기에 선택된 채널을 제공할 수 있고, 익명화기는 선택된 채널에 기반하여 프로파일에 저장되는 세션 정보를 갱신할 수 있다. 만약, 채널에 의해 표시되는 광고가 ISP 서버 시스템에, 예컨대, 채널 서버 그룹에 또는 ISP 서버 시스템내에, 로컬적으로 저장되면, 광고는 익명화기를 통해 클라이언트에게 제공될 수 있다. 대안적으로, 광고가 ISP 서버 시스템 외부의 위치에 존재하면, 적절한 광고에 대한 요청이 인터넷에 전해질 수 있다.

[0118] 도 18은 네트워크 레이턴시의 추가적인 감소를 포함하는 추가적인 장점들과 더불어 도 17에 도시되는 제1 예와 동일한 장점들의 일부를 제공할 수 있는, 모니터부를 포함하는 ISP 인프라스트럭처의 제2 예를 묘사한다. 도 18은 예시적인 클라이언트 네트워크(1800)의 개략적인 묘사를 도시한다. 네트워크(1800)는 많은 면에서 네트워크(1700)와 유사할 수 있다. 하지만, 이 예의 네트워크(1800)는 상이한 방식으로 클라이언트 활동을 모니터할 수 있는 ISP(1840)를 포함한다.

[0119] 예를 들어, ISP(1840)는, ISP의 클라이언트들과 인터넷 사이의 네트워크 트래픽을 복제하도록 구성되는 네트워크 탭(1842)과 같은 데이터 복제 디바이스를 활용할 수 있다. 복제된 데이터 스트림(예컨대, HTTP 데이터 요청이나 응답)은 네트워크 탭을 통해 ISP 서버 시스템(1844)의 프로파일러에 제공될 수 있고, 원래의 데이터 스트림은 클라이언트와 인터넷의 사이로 인터럽트되지 않고 진행한다. 이러한 식으로, 네트워크 레이턴시(latency)는, 모니터링이 원래의 데이터 스트림을 리다이렉트하지 않기 때문에, 도 17의 예에 비해 더 감소될 수 있다. 대신, 프로파일러는, 데이터 스트림의 카피 또는 복제된 버전을 검사하는 것에 의해, ISP의 특정 클라이언트에 기인할 수 있는 데이터 스트림의 부분을 식별하는 접근법에 기반하는 경험적 지식(heuristics)으로서 칭해질 수 있는 것을 활용할 수 있다.

[0120] 경험적 지식 기반 접근법의 일예로서, 프로파일러는 IP 어드레스, 유저-에이전트(user-agent) 정보 및/또는 클라이언트 프로파일들에 저장된 클라이언트 정보에 대한 복수의 데이터 요청들 또는 데이터 응답들의 각각과 관련되는 브라우징 패턴들을 비교할 수 있다. 프로파일러가 새로운 IP 어드레스를 식별하면, 그것은 새로운 임시 UID를 새로운 IP 어드레스에 할당하거나 관련시킬 수 있고 유저-에이전트 정보를 첨부시킨다. 여기에 기술되는 유저-에이전트 정보는 ISP에 의해 검출될 수 있는 클라이언트의 브라우저 및/또는 운영 체계의 타입 및/또는 버전을 포함할 수 있다.

[0121] 프로파일러가 IP 어드레스(예컨대, 데이터 요청 또는 응답의 소스 또는 표적으로서)에 기인할 수 있는 하나 이상의 차후의 데이터 요청들 또는 데이터 응답들을 수신함에 따라, 프로파일러 서버는 다중의 클라이언트들 또는 클라이언트 유저들을, 그들의 브라우징 행위(예컨대, 데이터 요청들을 데이터 응답들과 매치시키는 것) 및/또는 클라이언트-에이전트 정보의 비교에 기반하여 동일 또는 상이한 IP 어드레스들을 활용하여, 구별할 수 있다. 또한, UID 객체(예컨대, 쿠키)가 바인딩 동안에 설정되지 않을 때일지라도, 유저들은 서로로부터 식별되고 및/또는 구별될 수 있다. 예를 들어, 2개의 네비게이션들은, 2개의 데이터 요청들로부터 쿠키들 및 HTTP 참조자(referrer)들을 분석하는 것에 의해 동일 유저에 속하는 것으로서 식별될 수 있다.

[0122] 각 클라이언트의 네트워크 활동에 기인하는 데이터의 일부가 경험적 지식 접근법을 사용하여 식별됨에 따라, ISP 서버 시스템은 각 클라이언트에 대해 데이터 스트림으로부터 도출 정보를 획득할 수 있다. 도 17의 1번째 예에서 프로파일러에 의해 실행되는 기능에 대조적으로, 프로파일러 서버 그룹(1846)은 데이터 스트림을 리다이렉트하는 일 없이 클라이언트에 대한 프로파일을 생성하도록 구성된다.

[0123] 특정 클라이언트에 기인하는 도출 정보는, 클라이언트 임시 UID를 할당하는 것에 의해 클라이언트에 대한 프로파일에 저장될 수 있다. 제1 예에 있어서 프로파일러에 제공되는 UID 태그에 대조적으로, 데이터 스트림으로부터 UID 태그를 직접적으로 읽어 들이는 일 없이 임시 UID가 대신 특정 클라이언트에 기인되는 데이터에 할당될 수 있다. 클라이언트가 그들의 네트워크 세션에 걸쳐 계속해서 데이터를 요청 및 수신함에 따라, 프로파일러는 채널 서버 시스템에 프로파일을 제공할 수 있다. 몇몇의 예들에 있어서, 프로파일러는 클라이언트의 IP 어드레

스를 폐기할 수 있고, 그에 의해 프로파일을 익명화한다는 것에 주목한다. 그 다음에, 채널 서버 시스템은 채널 데이터베이스로부터 적어도 하나의 채널을 선택하기 위해 프로파일러에 의해 제공되는 프로파일을 활용할 수 있다. 도 17의 1번째 예를 참조하여 이전에 기술된 바와 같이, 채널 데이터베이스의 각 채널은 프로파일에 포함되는 정보에 응답하여 활성화되는 하나 이상의 관련 트리거링 조건을 포함할 수 있다.

[0124] 그 다음에, 채널 서버는 선택된 채널이나 선택된 컨텐트(예컨대, 광고)를 나타내는 갱신된 세션 정보(예컨대, 쿠키나 스테이트 객체)를 프로파일러에 회신할 수 있다. 다른 예들에 있어서, 채널 서버는, 클라이언트에게 나중에 제공될 수 있는 프로파일러에서의 캐시에 저장될 수 있는 광고와 같은 실제 컨텐트를 회신할 수 있다. 그 다음에, 프로파일러는 채널 서버 및/또는 선택된 컨텐트로부터 수신된 갱신된 세션 정보에 기반하여 임시 UID에 대한 프로파일을 갱신할 수 있다.

[0125] 선택된 광고의 결과로서, 채널 서버는 웹 페이지상의 광고 슬롯(slot)에 도시될 광고를 공급할 수 있다. 예를 들어, 채널 서버는 광고의 적절한 HTML이나 자바 스크립트(JavaScript) 코드를 생성할 수 있다. 대안적으로, 광고가 ISP 서버 시스템의 외부에 저장되는 경우, 채널 서버는 선택된 광고에 대한 요청을 ISP의 외부에 위치되는 컨텐트 제공자에게 전할 수 있고, 그에 의해 광고는 컨텐트 제공자로부터 클라이언트에 제공될 수 있다.

[0126] 도 19는 모니터부를 포함하는 ISP 인프라스트럭처의 3번째 예를 묘사한다. 네트워크(1900)는 많은 면에서 네트워크들(1700, 1800)에 유사하다. 예를 들어, 네트워크(1900)도, 네트워크 클라이언트들과 인터넷 사이의 네트워크 트래픽을 복제하도록 구성될 수 있는, 도 18을 참조하여 기술되는 네트워크 탭(1842)과 같은 데이터 복제 디바이스를 포함할 수 있다. 네트워크 탭(1942)에 의해 복제되는 데이터는 프로파일러 서버 그룹(1944)에 제공될 수 있다.

[0127] 이러한 예의 프로파일러(1944)는 데이터 스트림의 일부를 특정 클라이언트에게 돌리기 위해 2번째 예의 접근법에 기반하는 경험적 지식을 다시 적용할 수 있다. 프로파일러(1944)는 또한 제1 및 제2 실시예들을 참조하여 기술되는 바와 같이 클라이언트들의 각각에 대한 클라이언트 프로파일을 갱신할 수 있다. 또한, 이러한 예에 있어서, 프로파일러 서버 그룹(1944)은, 새로운 클라이언트 또는 클라이언트 유저가 ISP를 통해 WAN(예컨대, 인터넷)에 대한 액세스를 요청했는지의 여부를 나타내는 RADIUS(1910)로부터의 정보를 수신할 수 있다. 예를 들어, RADIUS(1910)는 클라이언트가 새로운 세션을 시작하고 있다는 표시를 프로파일러에게 제공할 수 있다. 세션의 시작에서, UID는 프로파일러에 의해 식별되는 유저-에이전트 및/또는 IP 어드레스에 대한 불명(unknown)일 수 있다. 따라서, UID는 클라이언트에 의해 실행되는 1번째 도메인 천이 상의 경계일 수 있고, UID는 프로파일에서의 유저-클라이언트 및/또는 클라이언트의 IP 어드레스와 관련된다. 예컨대, RADIUS로부터의 입력을 통해 프로파일러에 의해 식별되는 클라이언트에 의한 새로운 세션의 시작시에 IP 어드레스가 재할당되면, 동일 IP 어드레스와 관련되는 임의의 프로파일들이 메모리로부터 폐기될 수 있다.

[0128] 프로파일러(1944)는, 이 예에 있어서 HTTP 프록시를 또한 포함할 수 있는, 익명화기(1946)의 프로파일 정보를 주기적으로 제공할 수 있다. 예를 들어, 클라이언트에 의해 보이는 각 웹 페이지에 대해, 프로파일러는 익명화기를 통해 채널 서버에 채널 요청을 송신할 수 있다. 이러한 요청이 이루어지면, 익명화기는 클라이언트 IP 어드레스를 폐기할 수 있다. 대안적으로, IP 어드레스 정보는 프로파일러에 의해 프로파일 정보로부터 폐기될 수 있다. 임시적이거나 영구적인 UID, 클라이언트 및 유저 에이전트의 IP 어드레스, 및 프로파일러(1944)로부터 수신되는 다른 파라미터들 사이의 도출 정보를 포함하는 프로파일 정보는, 익명화기의 프로파일 데이터베이스(1950)에 저장될 수 있다.

[0129] 광고나 다른 컨텐트는, 그것들이 선택 조건하에서 클라이언트에 공급될 수 있는 프로파일 데이터베이스(1950)에서의 캐시(예컨대, 광고 캐시)에 저장될 수 있다. 유사하게, 클라이언트에게 배달될 컨텐트를 나타내는 채널 쿠키들, 클라이언트에 배달된 과거의 컨텐트, 또는 다른 컨텐트 선택 정보가, 그것들이 프로파일 데이터베이스(1950)에 저장될 수 있는 채널 서버 그룹(1948)으로부터 획득될 수 있다.

[0130] 도 19의 3번째 예는, 삽입 광고들이 인터넷 도메인들 사이의 클라이언트 천이로서 클라이언트에 제공될 수 있다는 점에서, 도 18에 도시된 2번째 예를 넘어서는 적어도 몇몇의 장점들을 제공한다. 예를 들어, 라우터나 스위칭 디바이스(1962)는 선택 조건하에서 데이터 스트림의 일부를 익명화기 서버 그룹(1946)으로 리다이렉트하도록 구성될 수 있다. 일예로서, 제1 도메인에서 제2 도메인으로의 천이에 대한 HTTP 포트 80 데이터 요청이 요청되면, 삽입 광고가 제공될 수 있고 라우터(1962)를 통해 익명화기 서버 그룹(1946)에 리다이렉트될 수 있다. 예를 들어, UID는 새로운 세션의 시작 후에 클라이언트에 의한 1번째 도메인 천이의 경계일 수 있으며, 그에 의해 클라이언트 프로파일은 프로파일러를 통해 초기 생성되고 도출 정보와 함께 존재한다. 일부의 도메인 천이는 익명화기로 라우팅되지 않을 것이지만, 요청된 파일이나 URL 확장자가 미리 정해진 조건에 매치하면, 대신 인터

넷에 전해질 수 있다. 예를 들어, 사진이나 비디오를 참조하는 확장자(예컨대, .gif, .jpg 등)는 익명화기에 리다이렉트하는 일 없이 인터넷에 전해질 수 있다.

[0131] 1970에 표시된 바와 같이, 도메인 천이 요청과 관련된 UID가 IP 어드레스 및 유저-에이전트 정보에 대해 널(null)(예컨대, 사용할 수 없음)이면, 1972에 표시된 바와 같이 바인딩이 실행될 수 있고, 그에 의해 UID가 프로파일에 저장된 유저-에이전트 정보 및 IP 어드레스에 할당되거나 관련된다. 예를 들어, 익명화기는, 도메인 천이 요청에 기인할 수 있는 유저-에이전트 및/또는 IP 어드레스가 프로파일에 저장된 UID를 참조하는지의 여부를 식별할 수 있다. 그렇지 않다면, UID와 IP 어드레스 및/또는 유저-에이전트 정보의 이러한 관련은 클라이언트에 대한 프로파일 데이터베이스(1950)에 저장될 수 있다. 또한, 이러한 접근법은 복수의 클라이언트(110)의 각각에 대해, 그들이 도메인 천이를 요청함에 따라, 익명화기에 의해 실행될 수 있다. 일예로서, 1970에서의 판정은 레이어-4 스위치에 의해 실행될 수 있다.

[0132] 제1 및 제3 예시들에 있어서의 익명화기용 HTTP 프록시는, 개방형 시스템 상호 연결(OSI) 모델에 기반하는 하나 이상의 레이어-4 소프트웨어 스위치 및 레이어-7 스위치를 포함할 수 있다. 일예로서, 데이터 스트림이 프록시를 통과할 때 HTTP 프록시가 OSI 모델(어플리케이션 레벨)의 레이어-7에서 동작하는 것에 의해, HTTP 연결은 프록시상에서 종료될 수 있고, 프록시는 말단 유저(예컨대, 클라이언트 또는 다른 적합한 목적지)에 대한 새로운 HTTP 연결을 생성할 수 있다. 대조적으로, 레이어-4(전송 제어 프로토콜(TCP) 레벨) 프록시는 HTTP 레벨 상에서 종료하지 않고, TCP 레벨상에서만 종료하며, 새로운 HTTP가 말단 유저에게 만들어질 필요가 없으므로 시스템 레이턴시를 더 감소시킬 수 있다.

[0133] 1970으로 돌아가서, 도메인 천이 요청과 관련된 UID가 그 요청과 관련된 클라이언트에 기인할 수 있는 유저-에이전트 정보 및/또는 IP 어드레스에 대해 널(null)이 아니면, 삽입 광고와 같은 컨텐트가 프로파일에서의 캐시(예컨대, 광고 캐시)에 저장되는지의 여부가 판정될 수 있다. 만약, 광고 또는 다른 컨텐트가 IP 어드레스에 대한 캐시에 저장되면, 1978에서 표시되는 바와 같이 바인딩을 실행할지의 여부가 판정될 수 있다. 이러한 예에 있어서의 바인딩은, UID 쿠키가 브라우저에 설정될 수 있는 미리-선택된 도메인에 클라이언트 브라우저를 리다이렉트시키는 것을 포함할 수 있음으로써, 클라이언트에 기인되는 미래의 데이터가 UID를 포함한다. 이러한 바인딩 접근법은 도 17의 제1 예를 참조하여 기술되는 것과 유사한 방식으로 실행될 수 있다.

[0134] 1978에서의 답이 노이면, UID에 대한 캐시내에 저장되는 광고나 다른 컨텐트가 폐기될 수 있고, 클라이언트는 원래 요청된 웹 페이지로 리다이렉트될 수 있다. 대안적으로, 1978에서의 답이 예스이면, 삽입 광고 또는 다른 컨텐트는, 클라이언트가 원래 요청된 웹페이지로 리다이렉트되기 전에, 클라이언트에 공급될 수 있다. 그게 아니고, 1974에서 광고 또는 다른 컨텐트가 캐시로부터 사용 가능하지 않으면, 클라이언트에 의해 발행되고 데이터 스트림으로부터 수신되는 데이터 요청이 프록시화될 수 있고, 그에 의해 원래 요청된 데이터가 클라이언트에게 제공된다.

[0135] 도 19에 도시되지 않았지만, 채널 서버 그룹(1948)은, 도 17 및 18에 1750에 의해 표시되는 바와 같이, 중앙 채널 서버와도 통신할 수 있다. 프로파일러, RADIUS, 익명화기, 및 채널 서버 그룹을 포함하는 여기에 기술된 다양한 구성 요소들의 일부 또는 전부가 ISP 레벨에 존재할 수 있다는 것을 이해해야 한다. 일예로서, RADIUS, 프로파일러, 익명화기, 및/또는 채널 서버 그룹은 하나 이상의 서버를 포함할 수 있고 공통의 ISP 서버에 의해 또는 복수의 독립 ISP 서버에 의해 제공될 수 있다.

[0136] 이 명세서에 개시된 실시예들과 방법 구현들은 본질적으로 예시이며, 다수의 변화들이 가능하므로, 이들 특정 예들이 한정 의미로 고려되지 않는다는 것이 이해될 것이다. 본 개시의 기술 요지는, 이 명세서에 개시된 다양한 구성들과 방법 구현들, 및 다른 특징들, 기능들, 및/또는 특성들의 모든 신규하고 자명하지 않은 조합들과 하위 조합들을 포함한다. 신규하고 자명하지 않은 것으로 간주되는 일정한 조합들과 하위 조합들을 특히 지적하는 청구 범위가 제공될 수 있다. 상기 청구 범위는 “일” 구성 요소 또는 “제1의 ” 구성 요소 또는 그와 등가의 것을 언급할 수 있다. 상기 청구 범위는, 2개 이상의 상기 구성 요소들을 요구하지도 제외시키지도 않고, 하나 이상의 상기 구성 요소들의 통합을 포함하는 것으로 이해되어야 한다. 상기 개시된 특징들, 기능들, 구성 요소들, 및 또는 특성들의 다른 조합들과 하위 조합들이, 현재의 청구 범위의 보정을 통해서, 또는 이것의 또는 관련 어플리케이션의 새로운 청구항들의 제공을 통해서, 청구될 수 있다. 상기 청구 범위는 또한, 원래의 청구범위의 권리 범위상 더 넓든, 더 좁든, 동등하든, 상이하든, 현재의 개시의 기술 요지 내에 포함되는 것으로 간주된다.

도면의 간단한 설명

[0007] 도 1은 예시적인 데이터 네트워크의 개략도이다.

[0008] 도 2는 유저 스테이트 및 채널들의 개략도이다.

[0009] 도 3 및 4는 채널 생성, 선택 및 편집을 위한 예시적인 도구들 및 인터페이스들을 묘사한다.

[0010] 도 5는 표적화된 컨텐트의 배달을 조정하기 위해 채널 서버 시스템을 사용하는 것에 관련되는 예시적인 데이터 흐름의 개략도이다.

[0011] 도 6, 7A 및 7B는 클라이언트들을 관련 채널들로 그룹화시키기 위해 모니터된 클라이언트 행위를 사용하기 위한 예시적인 시스템들과 방법들을 묘사한다.

[0012] 도 8은 채널이 미디어 기획 도구를 통해 다른 파티와 공유되고 수정되고 생성되고 선택될 수 있는 방식을 기술하는 몇몇의 예시적인 시나리오를 예시한다.

[0013] 도 9 및 10은 채널 생성, 선택 및 편집을 위한 추가의 예시적인 도구들 및 인터페이스들을 묘사한다.

[0014] 도 11 및 12는 채널 생성 및 액세스를 관리하는 예시적인 방법들을 예시하는 플로우차트들이다.

[0015] 도 13은 채널이 클라이언트에 매치되는지의 여부를 평가하도록 실행될 수 있는 예시적인 루틴을 예시하는 플로우차트이다.

[0016] 도 14는 복수의 채널들 중 선택될 수 있는 채널을 식별하도록 실행될 수 있는 예시적인 루틴을 예시하는 플로우차트이다.

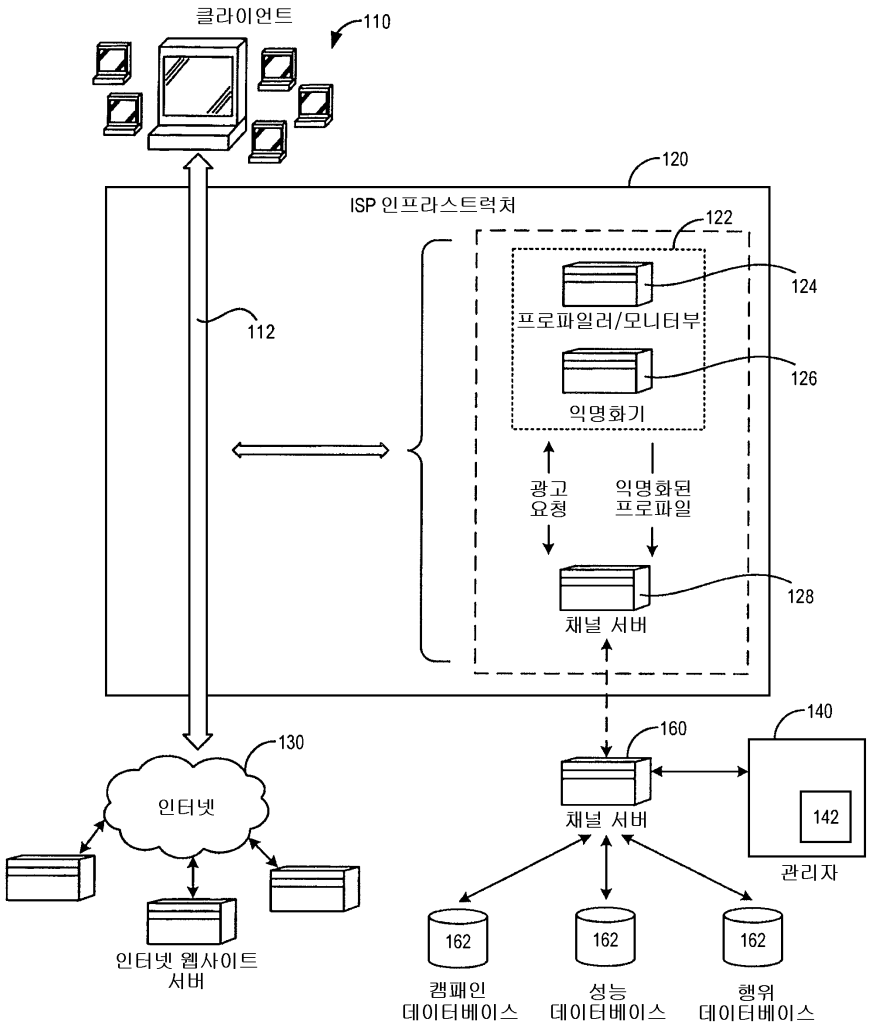
[0017] 도 15는 캠패인의 성능을 시뮬레이트하는데 사용될 수 있는 예시적인 루틴을 예시하는 플로우차트이다.

[0018] 도 16은 클라이언트 옵트-인/옵트-아웃 접근법을 기술하는 플로우차트이다.

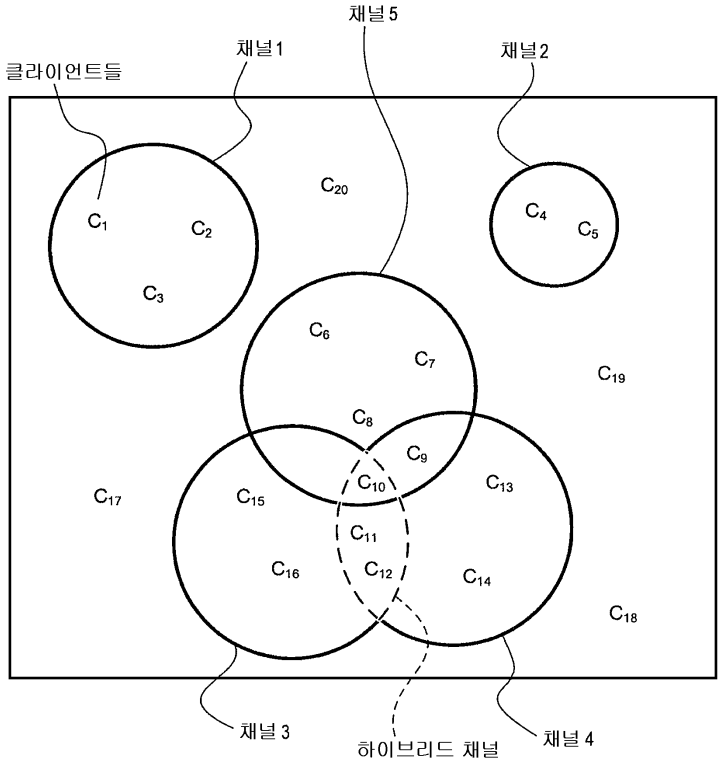
[0019] 도 17 내지 19는 클라이언트 네트워크 클라이언트 네트워크 활동을 모니터하고 그러한 활동이 채널 매치를 구성하는지의 여부를 판정하기 위한 예시적인 시스템들 및 방법들을 묘사한다.

도면

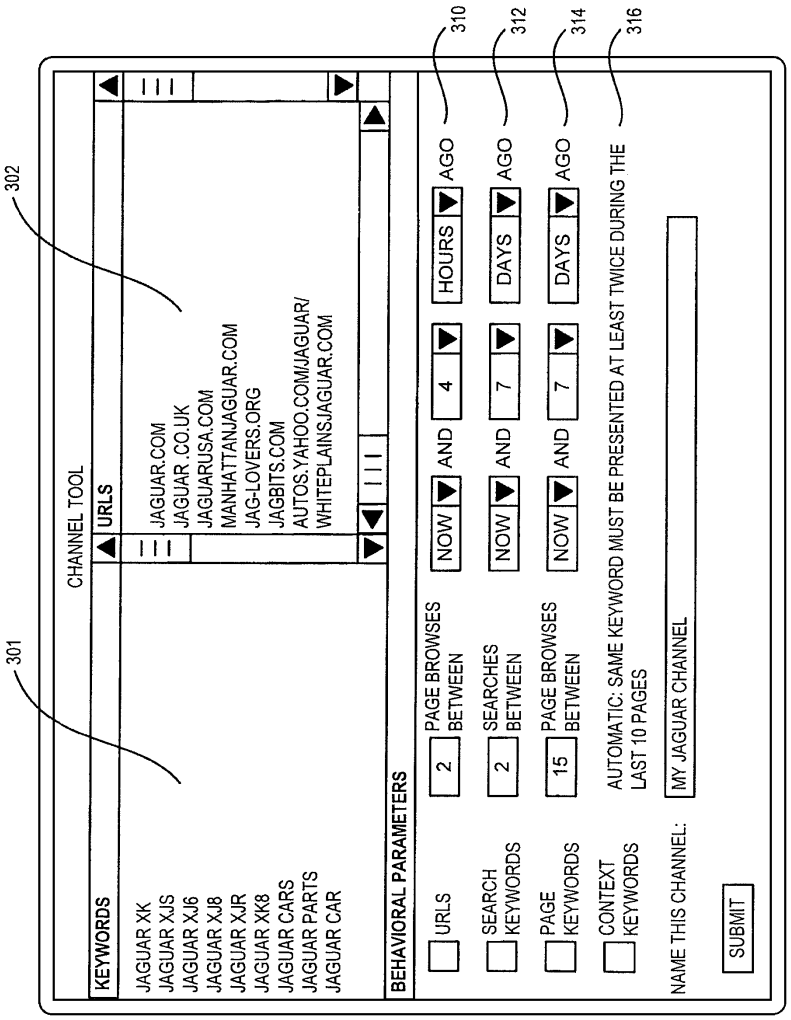
도면1


클라이언트
110
120
ISP 인프라스트럭처
122
124
프로파일러/모니터부
126
익명화기
112
광고
요청
익명화된
프로파일
128
채널 서버
130
인터넷
160
채널 서버
140
142
관리자
인터넷 웹사이트
서버
162
162
162
캠패인
데이터베이스
성능
데이터베이스
행위
데이터베이스

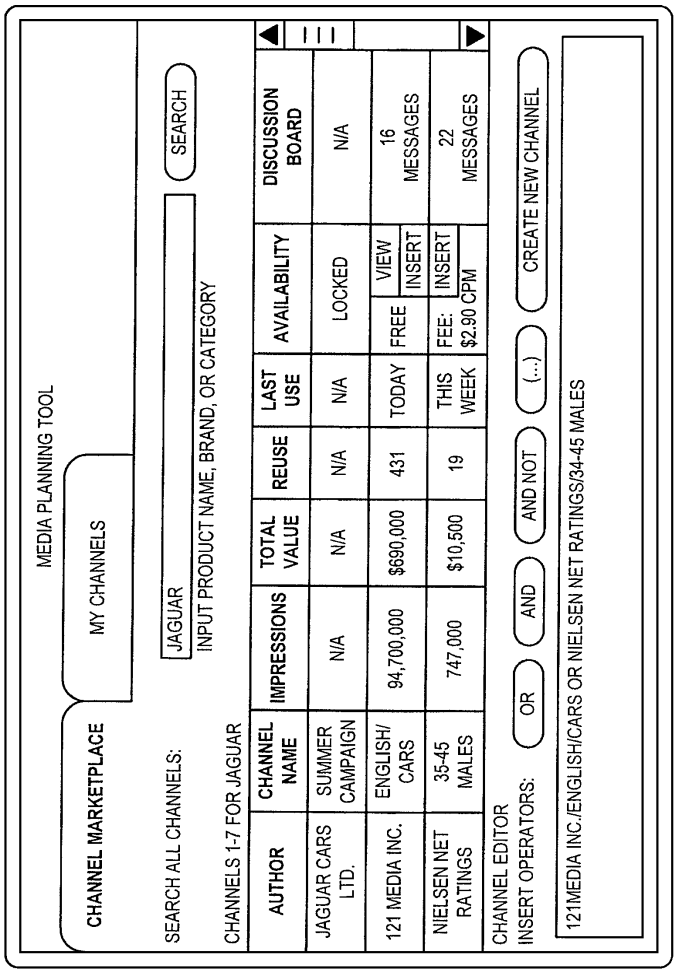
도면2


채널5
채널1
채널2
클라이언트들
C1
C2
C3
C20
C4
C5
C6
C7
C19
C8
C9
C10
C13
C17
C15
C11
C16
C12
C14
C18
채널3
하이브리드 채널
채널4

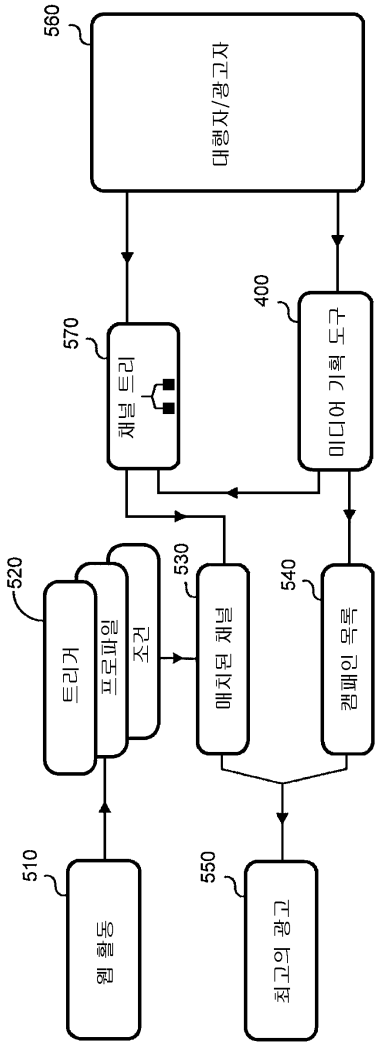
도면3


CHANNEL TOOL
KEYWORDS
URLS
JAGUAR XK
JAGUAR XJS
JAGUAR XJ6
JAGUAR XJ8
JAGUAR XJR
JAGUAR XK8
JAGUAR CARS
JAGUAR PARTS
JAGUAR CAR
JAGUAR.COM
JAGUAR.CO.UK
JAGUARUSA.COM
MANHATTANJAGUAR.COM
JAG-LOVERS.ORG
JAGBITS.COM
AUTOS.YAHOO.COM/JAGUAR/
WHITEPLAINSJAGUAR.COM
BEHAVIORAL PARAMETERS
URLS
2
PAGE BROWSES BETWEEN
NOW
AND
4
HOURS
AGO
SEARCH KEYWORDS
2
SEARCHES BETWEEN
NOW
AND
7
DAYS
AGO
PAGE KEYWORDS
15
PAGE BROWSES BETWEEN
NOW
AND
7
DAYS
AGO
CONTEXT KEYWORDS
AUTOMATIC: SAME KEYWORD MUST BE PRESENTED AT LEAST TWICE DURING THE LAST 10 PAGES
NAME THIS CHANNEL:
MY JAGUAR CHANNEL
SUBMIT
301
302
310
312
314
316

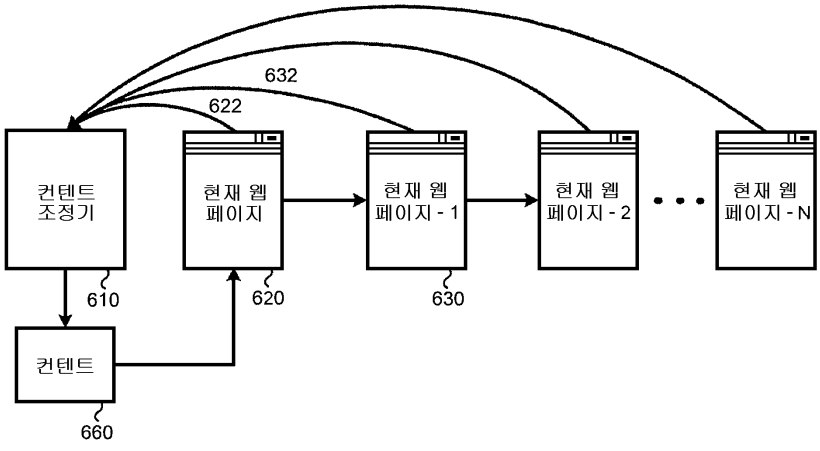
도면4


MEDIA PLANNING TOOL
CHANNEL MARKETPLACE
MY CHANNELS
SEARCH ALL CHANNELS:
JAGUAR
INPUT PRODUCT NAME, BRAND, OR CATEGORY
SEARCH
CHANNELS 1-7 FOR JAGUAR
AUTHOR
CHANNEL NAME
IMPRESSIONS
TOTAL VALUE
REUSE
LAST USE
AVAILABILITY
DISCUSSION BOARD
JAGUAR CARS LTD.
SUMMER CAMPAIGN
N/A
N/A
N/A
N/A
LOCKED
N/A
121 MEDIA INC.
ENGLISH/ CARS
94,700,000
$690,000
431
TODAY
FREE
VIEW
INSERT
16 MESSAGES
NIELSEN NET RATINGS
35-45 MALES
747,000
$10,500
19
THIS WEEK
FEE: $2.90 CPM
INSERT
22 MESSAGES
CHANNEL EDITOR
INSERT OPERATORS:
OR
AND
AND NOT
(...)
CREATE NEW CHANNEL
121MEDIA INC./ENGLISH/CARS OR NIELSEN NET RATINGS/34-45 MALES
400

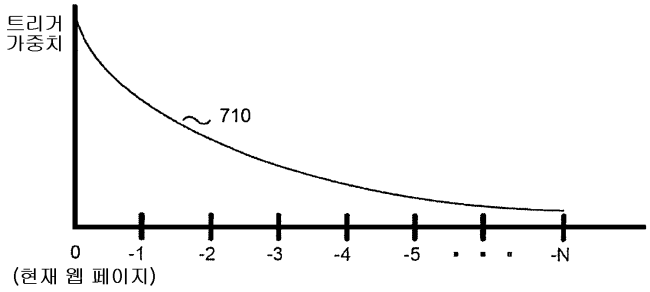
도면5


560
대행자/광고자
570
채널 트리
400
미디어 기획 도구
520
트리거
프로파일
조건
530
매치된 채널
540
캠페인 목록
510
웹 활동
550
최고의 광고

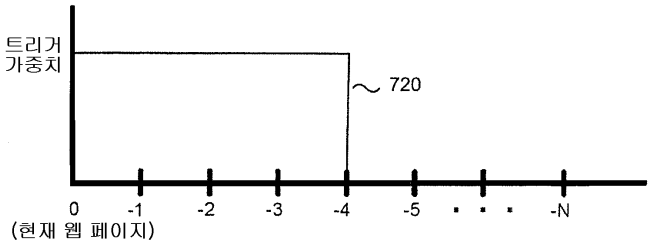
도면6


632
622
컨텐트 조정기
610
현재 웹 페이지
620
현재 웹 페이지 - 1
630
현재 웹 페이지 - 2
현재 웹 페이지 - N
컨텐트
660

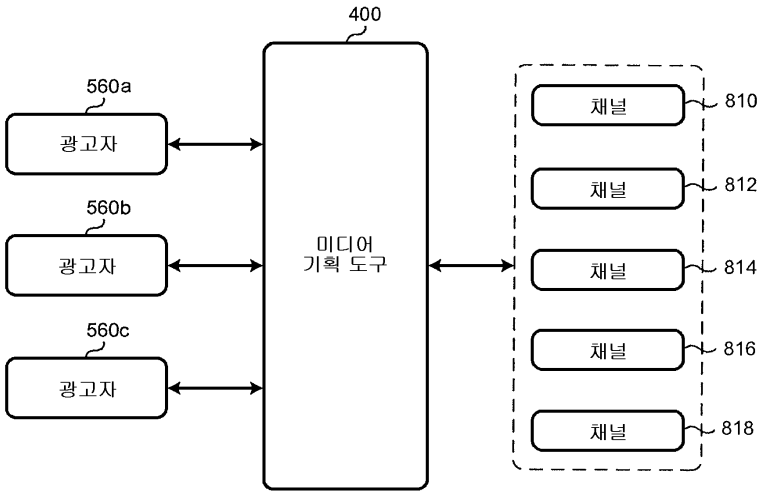
도면7A



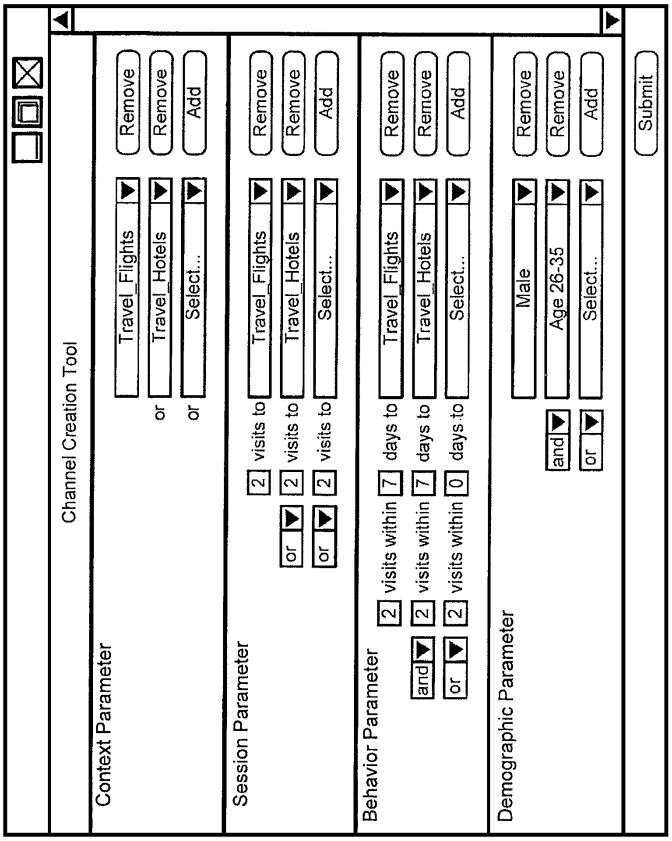
도면7B



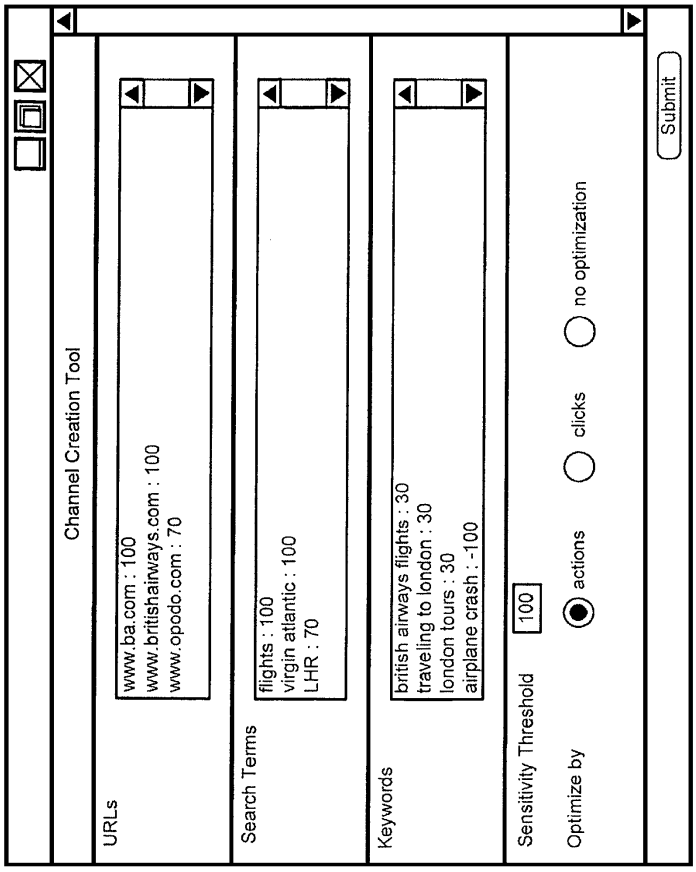
도면8



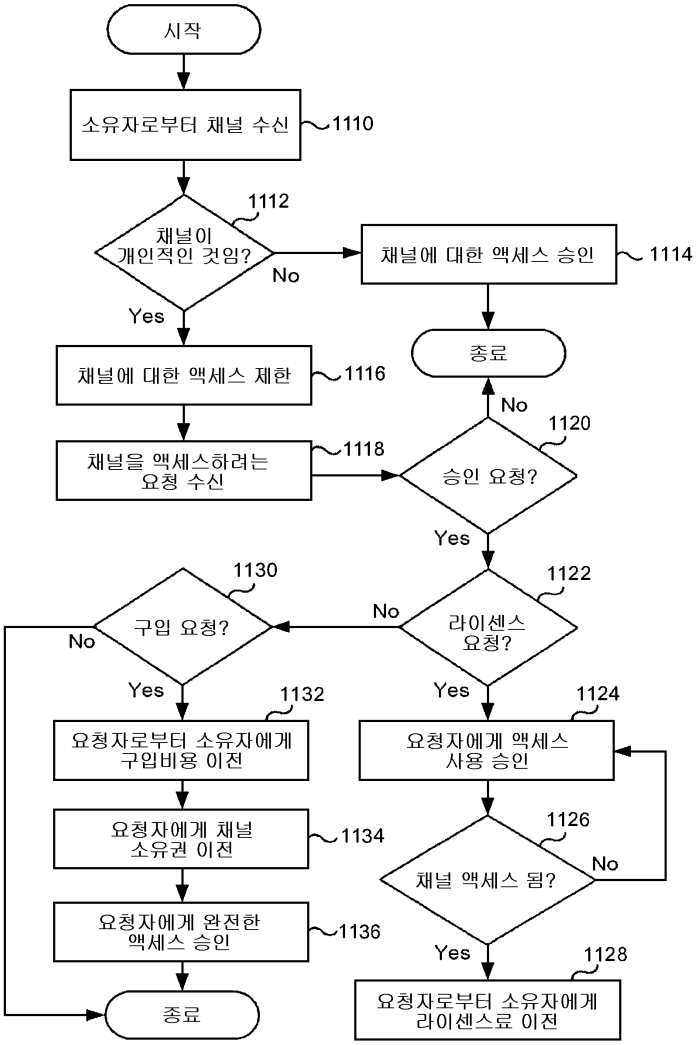
도면9


Channel Creation Tool
Context Parameter
Travel_Flights
Remove
or
Travel_Hotels
Remove
or
Select...
Add
Session Parameter
2 visits to
Travel_Flights
Remove
or
2 visits to
Travel_Hotels
Remove
or
2 visits to
Select...
Add
Behavior Parameter
2 visits within 7 days to
Travel_Flights
Remove
and
2 visits within 7 days to
Travel_Hotels
Remove
or
2 visits within 0 days to
Select...
Add
Demographic Parameter
Male
Remove
and
Age 26-35
Remove
or
Select...
Add
Submit

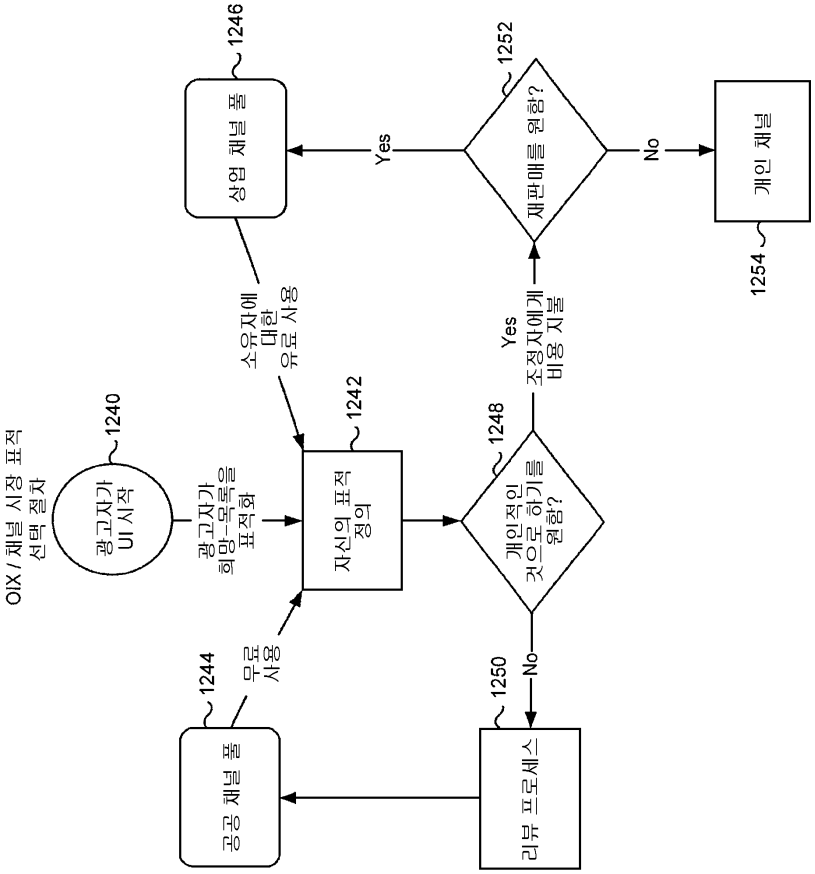
도면10


Channel Creation Tool
URLs
www.ba.com : 100
www.britishairways.com : 100
www.opodo.com : 70
Search Terms
flights : 100
virgin atlantic : 100
LHR : 70
Keywords
british airways flights : 30
traveling to london : 30
london tours : 30
airplane crash : -100
Sensitivity Threshold
100
Optimize by
actions
clicks
no optimization
Submit

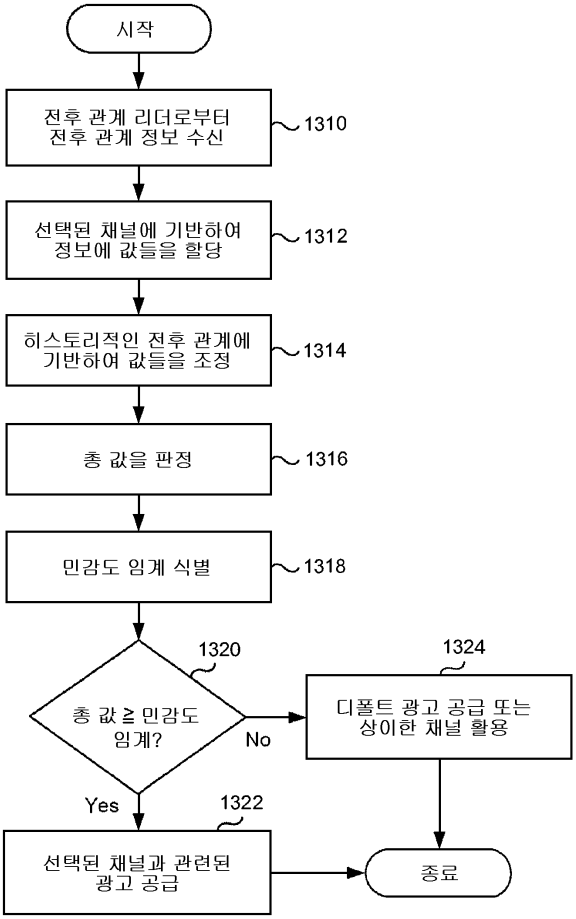
도면11


시작
소유자로부터 채널 수신
1110
1112
채널이 개인적인 것임?
No
Yes
채널에 대한 액세스 승인
1114
종료
채널에 대한 액세스 제한
1116
No
1120
채널을 액세스하려는 요청 수신
1118
승인 요청?
Yes
1130
1122
구입 요청?
No
No
라이센스 요청?
Yes
Yes
1132
1124
요청자로부터 소유자에게 구입비용 이전
요청자에게 액세스 사용 승인
요청자에게 채널 소유권 이전
1134
1126
채널 액세스 됨?
No
요청자에게 완전한 액세스 승인
1136
Yes
1128
종료
요청자로부터 소유자에게 라이센스료 이전

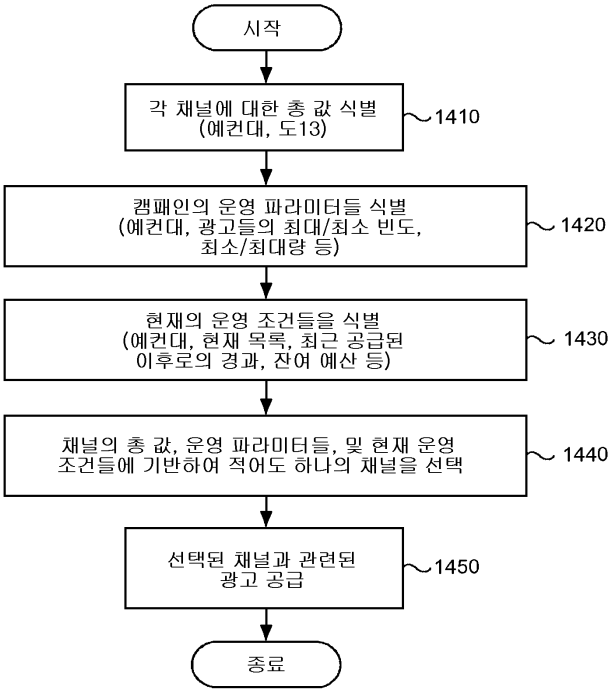
도면12


OIX / 채널 시장 표적 선택 절차
1240
광고자가 UI 시작
광고자가 희망 목록을 표적화
1242
자신의 표적 정의
1244
무료 사용
공공 채널 풀
소유자에 대한 유료 사용
1246
상업 채널 풀
1248
개인적인 것으로 하기를 원함?
Yes
조정자에게 비용 지불
1250
No
리뷰 프로세스
1252
재판매를 원함?
Yes
No
개인 채널
1254

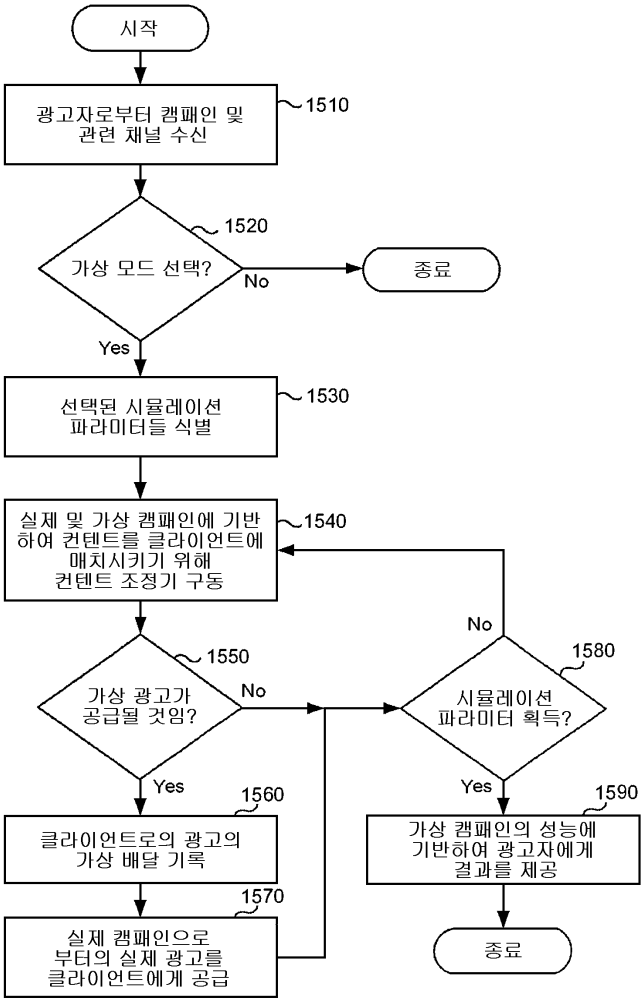
도면13


시작
전후 관계 리더로부터 전후 관계 정보 수신
1310
선택된 채널에 기반하여 정보에 값들을 할당
1312
히스토리적인 전후 관계에 기반하여 값들을 조정
1314
총 값을 판정
1316
민감도 임계 식별
1318
1320
총 값 ≥ 민감도 임계?
No
1324
디폴트 광고 공급 또는 상이한 채널 활용
Yes
1322
선택된 채널과 관련된 광고 공급
종료

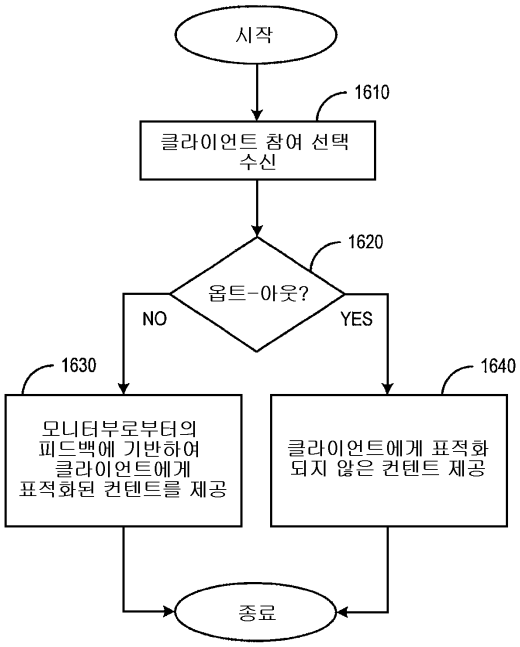
도면14


시작
각 채널에 대한 총 값 식별 (예컨대, 도13)
1410
캠패인의 운영 파라미터들 식별 (예컨대, 광고들의 최대/최소 빈도, 최소/최대량 등)
1420
현재의 운영 조건들을 식별 (예컨대, 현재 목록, 최근 공급된 이후로의 경과, 잔여 예산 등)
1430
채널의 총 값, 운영 파라미터들, 및 현재 운영 조건들에 기반하여 적어도 하나의 채널을 선택
1440
선택된 채널과 관련된 광고 공급
1450
종료

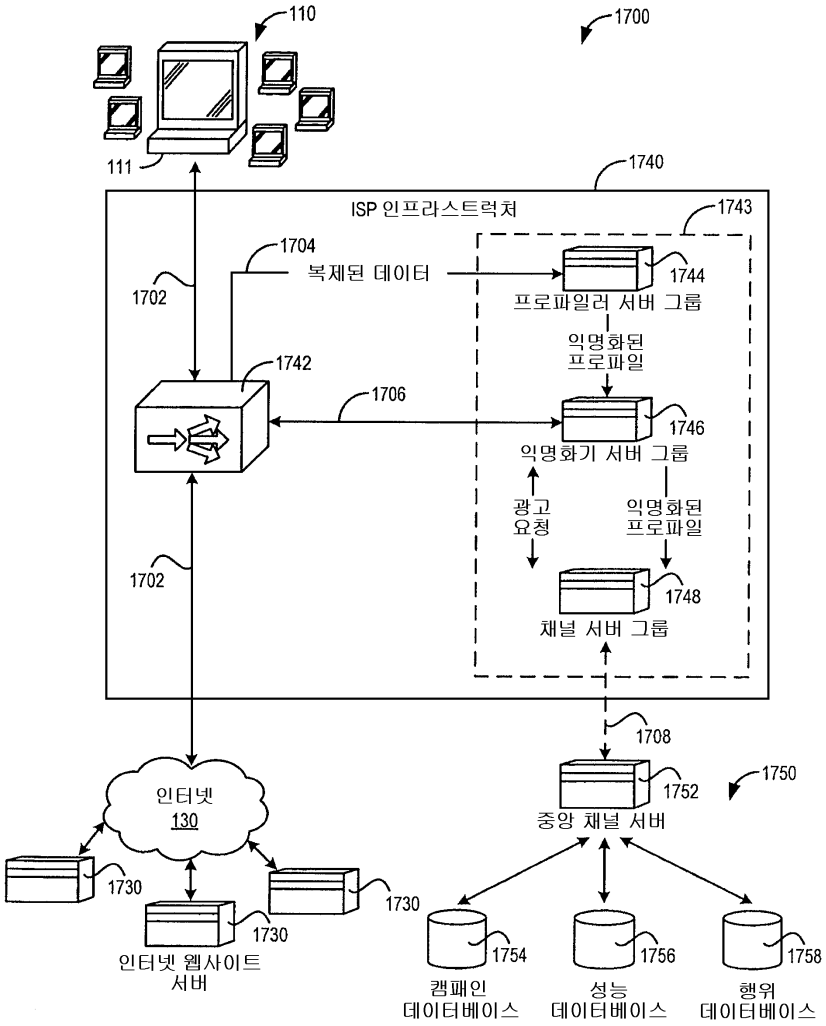
도면15


시작
광고자로부터 캠패인 및 관련 채널 수신
1510
1520
가상 모드 선택?
No
종료
Yes
선택된 시뮬레이션 파라미터들 식별
1530
실제 및 가상 캠패인에 기반하여 컨텐트를 클라이언트에 매치시키기 위해 컨텐트 조정기 구동
1540
No
1580
1550
가상 광고가 공급될 것임?
No
시뮬레이션 파라미터 획득?
Yes
Yes
1590
1560
클라이언트로의 광고의 가상 배달 기록
가상 캠패인의 성능에 기반하여 광고자에게 결과를 제공
1570
실제 캠패인으로부터의 실제 광고를 클라이언트에게 공급
종료

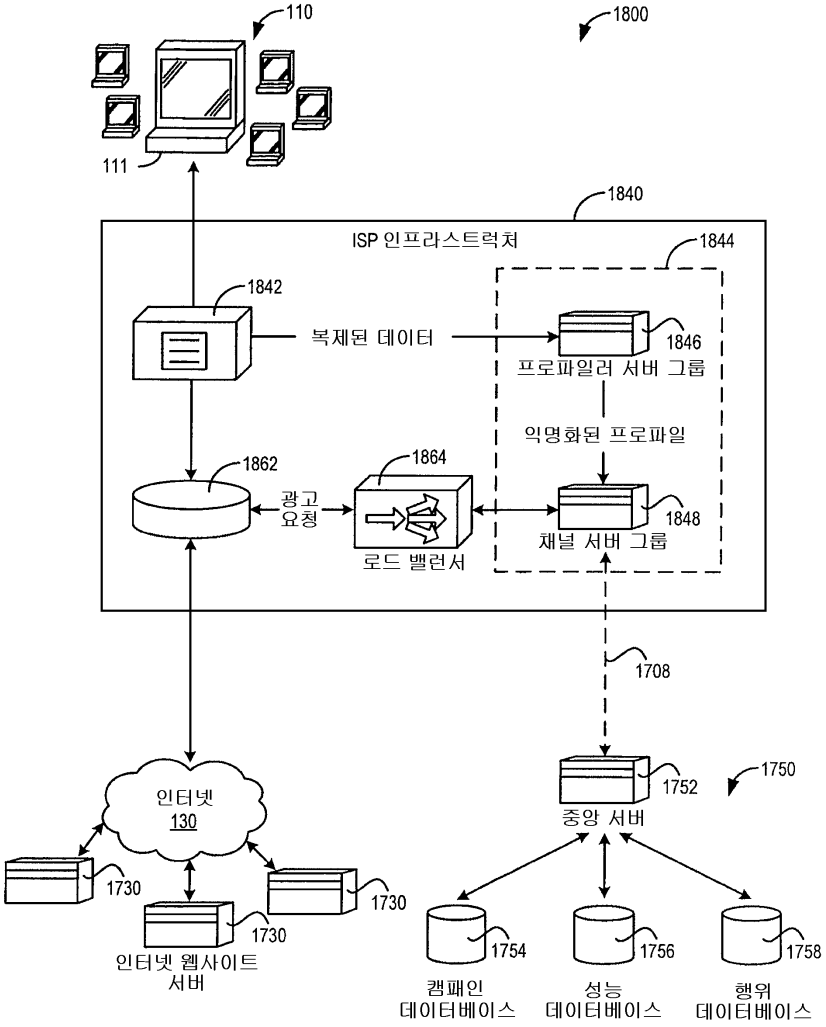
도면16


시작
1610
클라이언트 참여 선택 수신
1620
옵트-아웃?
NO
YES
1630
모니터부로부터의 피드백에 기반하여 클라이언트에게 표적화된 컨텐트를 제공
1640
클라이언트에게 표적화 되지 않은 컨텐트 제공
종료

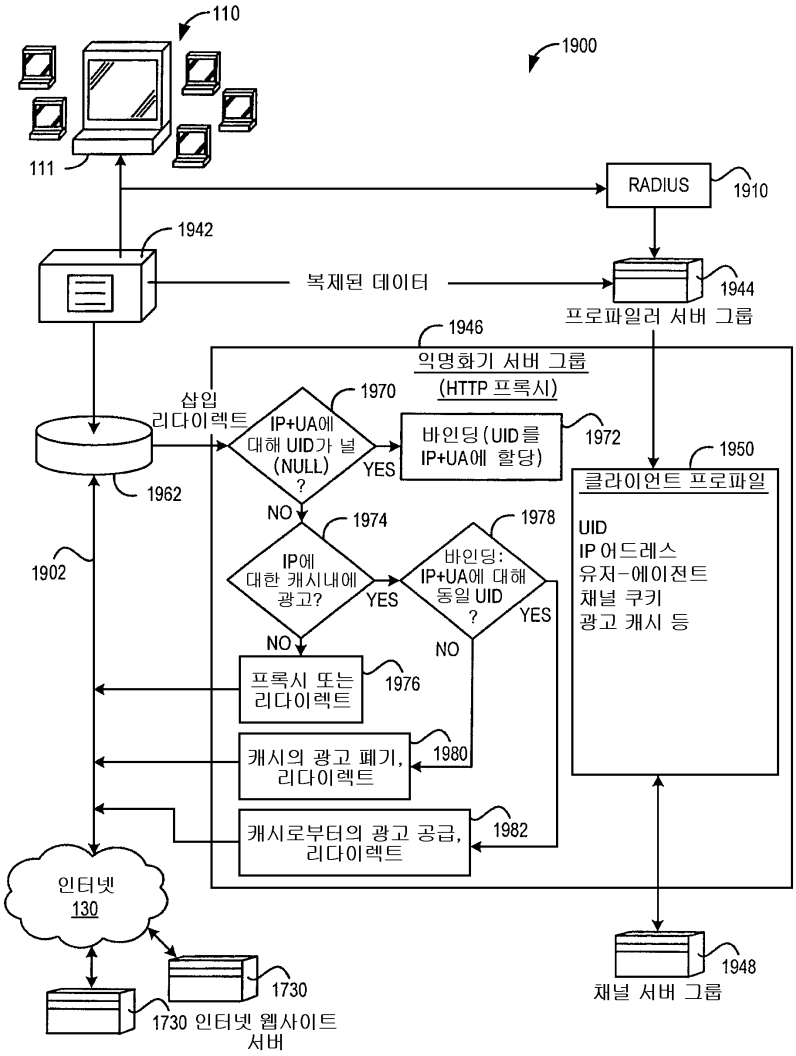
도면17


110
1700
111
1740
ISP 인프라스트럭처
1743
1704
복제된 데이터
1744
프로파일러 서버 그룹
1702
익명화된
프로파일
1742
1706
1746
익명화기 서버 그룹
광고
요청
익명화된
프로파일
1702
1748
채널 서버 그룹
1708
1750
1752
중앙 채널 서버
인터넷
130
1730
1730
1730
인터넷 웹사이트
서버
1754
1756
1758
캠패인
데이터베이스
성능
데이터베이스
행위
데이터베이스

도면18


110
1800
111
1840
ISP 인프라스트럭처
1844
1842
복제된 데이터
1846
프로파일러 서버 그룹
익명화된 프로파일
1862
1864
광고
요청
1848
로드 밸런서
채널 서버 그룹
1708
1750
1752
중앙 서버
인터넷
130
1730
1730
1730
인터넷 웹사이트
서버
1754
1756
1758
캠패인
데이터베이스
성능
데이터베이스
행위
데이터베이스

도면19


110
111
1900
RADIUS
1910
1942
복제된 데이터
1944
프로파일러 서버 그룹
1946
익명화기 서버 그룹
(HTTP 프록시)
삽입
리다이렉트
IP+UA에
대해 UID가 널
(NULL)
?
1970
YES
바인딩(UID를
IP+UA에 할당)
1972
1950
클라이언트 프로파일
UID
IP 어드레스
유저-에이전트
채널 쿠키
광고 캐시 등
1962
NO
1974
IP에
대한 캐시내에
광고?
YES
1978
바인딩:
IP+UA에 대해
동일 UID
?
YES
NO
NO
1902
프록시 또는
리다이렉트
1976
캐시의 광고 폐기,
리다이렉트
1980
캐시로부터의 광고 공급,
리다이렉트
1982
인터넷
130
1730
1730 인터넷 웹사이트
서버
1948
채널 서버 그룹