

【公報種別】特許法第17条の2の規定による補正の掲載

【部門区分】第6部門第3区分

【発行日】平成26年10月2日(2014.10.2)

【公表番号】特表2011-513803(P2011-513803A)

【公表日】平成23年4月28日(2011.4.28)

【年通号数】公開・登録公報2011-017

【出願番号】特願2010-541455(P2010-541455)

【国際特許分類】

G 0 6 Q	30/02	(2012.01)
G 0 6 F	13/00	(2006.01)
H 0 4 N	7/173	(2011.01)
G 0 6 Q	10/00	(2012.01)
G 0 6 Q	50/10	(2012.01)

【F I】

G 0 6 F	17/60	3 2 6
G 0 6 F	13/00	5 4 0 P
H 0 4 N	7/173	6 1 0 Z
G 0 6 F	13/00	5 4 7 T
G 0 6 F	17/60	1 7 6
G 0 6 F	17/60	1 3 2

【誤訳訂正書】

【提出日】平成26年8月5日(2014.8.5)

【誤訳訂正1】

【訂正対象書類名】明細書

【訂正対象項目名】0 0 7 3

【訂正方法】変更

【訂正の内容】

【0 0 7 3】

C A S 4 0 、オンラインサイト5 0 、または他のプロファイルプロバイダは、(より早く、観察されたユーザのオンライン行動の結果として)ターゲットテレビ広告がユーザのテレビ3 8 に表示されたときに通知を送信するように、または、(ターゲットテレビ広告が配信された後のユーザの行動を観察するために)、ユーザに対してターゲットテレビ広告と相互に作用し合う(双方向通信する)機会を提供するように、S T B 3 6 に対して指令を送信(直接的または間接的に)することができる。

【誤訳訂正2】

【訂正対象書類名】明細書

【訂正対象項目名】0 0 7 4

【訂正方法】変更

【訂正の内容】

【0 0 7 4】

このような相互作用は、広くて多数の質問、応答、または行動を含むことができる。1つの例では、視聴者は、その広告が関連したものであるか、または、ユーザが同一形式の付加的な広告あるいは同一の広告主から受け取ることを望むかどうかを質問されるかもしれない。また、別の例では、ユーザは、更なる情報または広告が有益であるかについて、別の製品から選択するように質問されるかもしれない。また、別の例では、ユーザにテレビ広告を通じて商品を物色するかまたは購入する機会が与えられるかもしれない。また、別の例では、視聴者は、あるP I Iを広告主に対して公開するように望むかどうか質問されるかもしれない。ターゲット広告の表示または特定の相互作用の発生に応じて、ターゲ

ットＴＶ広告が表示された、または、ターゲットＴＶ広告との相互作用が発生したことの通知が、ユーザのＳＴＢ36、あるいは、ＳＴＢ36へのＴＶ広告の配信に参加したサーバまたはＳＴＢ36へのテレビ広告の配信を認識しているサーバから、（例えば、図6Aに示すように、モデム32およびISP22を介して、または図6Bに示すようにＴＶＰ24を介して、そして、いずれの例においても、場合によっては1つ以上の中間サーバも介して）、ＣＡＳ40に送信される。

【誤訳訂正3】

【訂正対象書類名】明細書

【訂正対象項目名】0075

【訂正方法】変更

【訂正の内容】

【0075】

この通知は、ＣＡＳ40によって受け取られた元の広告要求に含まれていたプロファイル識別情報を含むものであってもよい。代わりに、この通知は、ＳＴＢ36から、（図6Cに示すようにモデム32およびISP22を介してまたは図6Dに示すようにＴＶＰ24を介して直接的に、あるいは、図示は省略するが、ＣＡＳ40を介して間接的に）オンラインサイト50に送信されるものであってもよい。この通知は、テレビ広告が視聴されたことを単に示すだけであってもよく、またはテレビ広告に関連した（視聴前、視聴中、視聴後の）ユーザの行動から導かれる、より広い情報を含むものであってもよい。