(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(11) 공개번호 10-2011-0043591
(43) 공개일자 2011년04월27일

(51) Int. Cl.
G06Q 30/00 (2006.01)
(21) 출원번호 10-2011-7000716
(22) 출원일자(국제출원일자) 2009년06월09일
심사청구일자 없음
(85) 번역문제출일자 2011년01월11일
(86) 국제출원번호 PCT/US2009/046749
(87) 국제공개번호 WO 2010/008708
국제공개일자 2010년01월21일
(30) 우선권주장
12/175,999 2008년07월18일 미국(US)

(71) 출원인
마이크로소프트 코포레이션
미국 워싱턴주 (우편번호 : 98052) 레드몬드 원 마이크로소프트 웨이
(72) 발명자
도미노위스카, 에와
미국 98052-6399 워싱턴주 레드몬드 원 마이크로소프트 웨이 마이크로소프트 코포레이션 내
(74) 대리인
양영준, 백만기

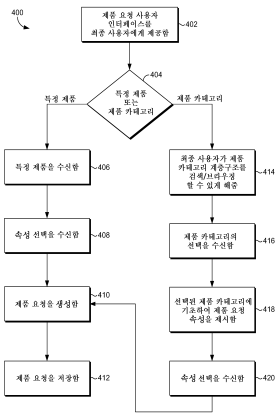
전체 청구항 수 : 총 20 항

(54) 요구 기반 광고

(57) 요 약

최종 사용자의 제품 관심 및 요구에 맞춰 구체적으로 타겟팅되어 있는 광고의 생성 및 전달을 용이하게 해주기 위해 최종 사용자 및 광고주와 상호작용하는 광고 시스템이 제공된다. 최종 사용자는 광고주로부터 광고를 수신하고자 한다는 것을 나타내는 제품 요청을 제공하기 위해 광고 시스템과 상호작용한다. 제품 요청은 최종 사용자가 관심을 갖고 있는 특정 제품 또는 제품 카테고리는 물론, 특정 제품 또는 제품 카테고리에 대한 최종 사용자의 관심을 더욱 명확하게 하는 제품 속성도 포함한다. 제품 요청에 기초하여 광고가 생성되고 최종 사용자에게 제공된다.

대 표 도 - 도4



특허청구의 범위

청구항 1

광고 시스템이 요구 기반 광고(need-driven advertising)를 제공하는 컴퓨터-구현 방법으로서,

최종 사용자가 제품 요청을 입력할 수 있게 해주는 사용자 인터페이스를 제공하는 단계(402) - 상기 제품 요청은 제품 광고 정보를 수신하기 위한 최종 사용자로부터의 관심을 나타내며, 상기 사용자 인터페이스는 상기 최종 사용자가 특정 제품을 지정하거나 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조로부터 제품 카테고리를 선택할 수 있게 해줌 - ;

상기 사용자 인터페이스를 통해 상기 최종 사용자로부터 상기 제품 요청을 수신하는 단계(410) - 상기 제품 요청은 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 최종 사용자로부터의 관심을 정의하는 하나 이상의 제품 요청 속성값들을 나타냄 - ;

상기 제품 요청을 복수의 다른 사용자들로부터의 복수의 다른 제품 요청들과 함께 저장하는 단계(412);

광고주가, 하나 이상의 광고로 응답하기 위해, 상기 제품 요청 및 상기 복수의 다른 제품 요청들을 검토하고 상기 제품 요청 및 상기 복수의 다른 제품 요청들 중 하나 이상을 수동으로 선택할 수 있게 해주는 단계(502),

상기 광고주로부터 상기 제품 요청의 선택을 수신하는 단계(504),

상기 제품 요청에 포함된 상기 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 하나 이상의 제품 요청 속성값에 기초하여 광고를 생성하는 단계(506), 및

최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해주는 단계(508)

를 포함하는 컴퓨터-구현 방법.

청구항 2

제1항에 있어서,

상기 사용자 인터페이스를 통해 상기 최종 사용자로부터 상기 제품 요청을 수신하는 단계는,

상기 최종 사용자가 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조를 브라우징 또는 검색할 수 있게 해주는 단계, 및

상기 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조로부터의 제품 카테고리의 선택을 수신하는 단계를 포함하는 컴퓨터-구현 방법.

청구항 3

제2항에 있어서,

상기 사용자 인터페이스를 통해 상기 최종 사용자로부터 상기 제품 요청을 수신하는 단계는,

선택된 제품 카테고리에 기초하여 제품 속성군(a set of product attributes)을 제시하는 단계 - 상기 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조에서의 각각의 주어진 제품 카테고리는 상기 주어진 제품 카테고리에 고유한 개별적인 제품 속성군을 포함함 - ; 및

상기 선택된 제품 카테고리에 대한 제품 속성군 중 일부 제품 속성들에 대한 속성값들을 최종 사용자로부터 수신하는 단계를 더 포함하는 컴퓨터-구현 방법.

청구항 4

제1항에 있어서,

상기 특정 제품 또는 상기 제품 카테고리 및 상기 하나 이상의 제품 요청 속성값을 포함하는 상기 제품 요청에 대한 데이터는, 상기 제품 요청에 기초하여 상기 최종 사용자에게 반환할 하나 이상의 광고의 생성을 용이하게 해주는 제품 요청 스키마에 따라 구조화되어 있는 컴퓨터-구현 방법.

청구항 5

제1항에 있어서,

상기 광고주가 상기 제품 요청 및 상기 복수의 다른 제품 요청들을 검토할 수 있게 해주는 것은, 상기 광고주가 상기 제품 요청 및 상기 복수의 다른 제품 요청들을 브라우징 또는 검색할 수 있게 해주는 것을 포함하는 컴퓨터-구현 방법.

청구항 6

제1항에 있어서,

상기 광고를 생성하는 단계는, 상기 제품 요청에 기초하여 상기 광고주로부터의 광고 정보를 선택하고, 선택된 광고 정보를 이용하여 상기 광고를 생성하는 단계를 포함하는 컴퓨터-구현 방법.

청구항 7

제1항에 있어서,

상기 광고를 생성하는 단계는, 상기 제품 요청에 기초하여 상기 광고주로부터 광고를 수신하는 단계를 포함하는 컴퓨터-구현 방법.

청구항 8

제1항에 있어서,

상기 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해주는 단계는,

상기 광고의 이용가능성에 대한 통지를 상기 최종 사용자에게 송신하는 단계; 및

상기 최종 사용자가 상기 광고 시스템에서의 계정에 로그인하는 경우에 상기 최종 사용자에게 상기 광고를 제공하는 단계를 포함하는 컴퓨터-구현 방법.

청구항 9

제1항에 있어서,

상기 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해주는 단계는,

상기 최종 사용자가 상기 광고에 액세스하기 위해 상기 광고 시스템에서의 계정에 로그인할 필요없이 상기 최종 사용자에게 상기 광고를 전달하는 단계를 포함하는 컴퓨터-구현 방법.

청구항 10

방법을 수행하는 컴퓨터-이용가능 명령어들을 구현하는 하나 이상의 컴퓨터-판독가능 저장 매체로서,

상기 방법은,

최종 사용자가 제품 요청을 입력할 수 있게 해주는 사용자 인터페이스를 제공하는 단계(402) - 상기 제품 요청은 제품 광고 정보를 수신하기 위한 최종 사용자로부터의 관심을 나타내며, 상기 사용자 인터페이스는 상기 최종 사용자가 특정 제품을 지정하거나 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조로부터 제품 카테고리를 선택할 수 있게 해줌 - ;

상기 사용자 인터페이스를 통해 상기 최종 사용자로부터 상기 제품 요청을 수신하는 단계(410) - 상기 제품 요청은 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 최종 사용자로부터의 관심을 정의하는 하나 이상의 제품 요청 속성값들을 나타냄 - ;

상기 제품 요청을 복수의 다른 사용자들로부터의 복수의 다른 제품 요청들과 함께 저장하는 단계(412);

광고주로부터 제품 재고 정보를 수신하는 단계(702);

상기 제품 재고 정보를 저장하는 단계(704);

상기 제품 요청을 상기 제품 재고 정보의 적어도 일부분에 매칭시키는 단계(706);

상기 제품 요청 및 상기 제품 재고 정보의 적어도 일부분에 기초하여 광고를 생성하는 단계(708); 및

상기 최종 사용자에게 상기 광고를 전달하는 것을 용이하게 해주는 단계(710)

를 포함하는 컴퓨터-판독가능 저장 매체.

청구항 11

제10항에 있어서,

상기 사용자 인터페이스를 통해 상기 최종 사용자로부터 상기 제품 요청을 수신하는 단계는,

상기 최종 사용자가 상기 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조를 브라우징 또는 검색할 수 있게 해주는 단계; 및

상기 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조로부터의 제품 카테고리의 선택을 수신하는 단계를 포함하는 컴퓨터-판독가능 저장 매체.

청구항 12

제11항에 있어서,

상기 사용자 인터페이스를 통해 상기 최종 사용자로부터 상기 제품 요청을 수신하는 단계는,

선택된 제품 카테고리에 기초하여 제품 속성군을 제시하는 단계 - 상기 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조에서의 각각의 주어진 제품 카테고리는 상기 주어진 제품 카테고리에 고유한 개별적인 제품 속성군을 포함함 - ; 및

상기 선택된 제품 카테고리에 대한 제품 속성군 중 일부 제품 속성들에 대한 속성값들을 최종 사용자로부터 수신하는 단계를 더 포함하는 컴퓨터-판독가능 저장 매체.

청구항 13

제10항에 있어서,

상기 특정 제품 또는 상기 제품 카테고리 및 상기 하나 이상의 제품 요청 속성값을 포함하는 상기 제품 요청에 대한 데이터는, 상기 제품 요청에 기초하여 상기 최종 사용자에게 반환할 하나 이상의 광고의 생성을 용이하게 해주는 제품 요청 스키마에 따라 구조화되어 있는 컴퓨터-판독가능 저장 매체.

청구항 14

제10항에 있어서,

상기 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해주는 단계는,

상기 광고의 이용가능성에 대한 통지를 상기 최종 사용자에게 송신하는 단계; 및

상기 최종 사용자가 상기 광고 시스템에서의 계정에 로그인하는 경우에 상기 최종 사용자에게 상기 광고를 제공하는 단계를 포함하는 컴퓨터-판독가능 저장 매체.

청구항 15

제10항에 있어서,

상기 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해주는 단계는,

상기 최종 사용자가 상기 광고에 액세스하기 위해 상기 광고 시스템에서의 계정에 로그인할 필요없이 상기 최종 사용자에게 상기 광고를 전달하는 단계를 포함하는 컴퓨터-판독가능 저장 매체.

청구항 16

하나 이상의 컴퓨터-판독가능 저장 매체 상에 구현되는 요구 기반 광고 시스템으로서,

최종 사용자들이 제품 요청을 제공하기 위해 광고 시스템과 상호작용하는 것을 용이하게 해주는 최종 사용자 인터페이스(302) - 각각의 제품 요청은 광고를 수신하기 위한 최종 사용자의 요망을 나타내며, 각각의 제품 요청

은 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 하나 이상의 제품 속성값을 지정함 - ;

광고주들이 제품 요청에 대해 광고로 응답하기 위해 상기 광고 시스템과 상호작용하는 것을 용이하게 해주는 광고주 인터페이스(304) - 상기 광고주 인터페이

스는 광고주들이 수동 모드, 반자동 모드, 및 자동 모드로 광고 시스

템과 상호작용할 수 있게 해주고,

상기 수동 모드에서, 상기 광고주 인터페이스는 광고주들이 광고로 응

답하고자 하는 제품 요청을 수동으로 검토하고 선택하는 것을 용이하

게 해주며,

상기 반자동 모드에서, 상기 광고주 인터페이스는 광고주들이 특정 제

품 및 제품 카테고리 중 적어도 하나를 수동으로 선택하는 것을 용이

하게 해주고, 광고주들에 의해 선택된 특정 제품들 및 제품 카테고리

들과 매칭되는 제품 요청에 응답하여 광고들이 생성되며,

상기 자동 모드에서, 상기 광고주 인터페이스는 광고주들이 제품 재고

정보를 제공하는 것을 용이하게 해주고, 광고주들에 의해 제공된 제품

재고 정보와 매칭되는 제품 요청에 응답하여 광고들이 생성됨 - ;

제품 요청들에 응답하여 광고들을 생성하는 광고 생성 구성요소(306) - 각각의 광고는, 주어진 제품 요청에 의해 지정된 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 하나 이상의 제품 속성값들에 기초하여 생성됨 - ; 및

최종 사용자들에게 광고들을 전달하는 것을 용이하게 해주는 광고 전달 구성요소(308)

를 포함하는 요구 기반 광고 시스템.

청구항 17

제16항에 있어서,

상기 최종 사용자 인터페이스는, 최종 사용자들로 하여금 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조를 브라우징 또는 검색하고, 제품 요청에 대한 제품 카테고리를 선택할 수 있게 해주는 요구 기반 광고 시스템.

청구항 18

제17항에 있어서,

상기 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조에서의 각각의 주어진 제품 카테고리는 주어진 제품 카테고리에 고유한 개별적인 제품 속성군을 포함하는 요구 기반 광고 시스템.

청구항 19

제16항에 있어서,

상기 광고 전달 구성요소는, 상기 광고의 이용가능성에 대한 통지를 상기 최종 사용자에게 송신하고, 상기 최종 사용자가 상기 광고 시스템에서의 계정에 로그인하는 경우에 상기 최종 사용자에게 상기 광고를 제공하는 요구 기반 광고 시스템.

청구항 20

제16항에 있어서,

상기 광고 전달 구성요소는, 상기 최종 사용자가 상기 광고에 액세스하기 위해 상기 광고 시스템에서의 계정에 로그인할 필요없이 상기 최종 사용자에게 상기 광고를 전달하는 요구 기반 광고 시스템.

명 세 서

배 경 기 술

[0001] 광고는 판매업자가 잠재적 고객 집단에 다가가는 오래된 방법이다. 이상적으로는, 판매업자는 판매업자의 제품 및 서비스를 구매할 가능성이 있는 사람들에게 그들의 광고가 보내지기를 원한다. 따라서, 광고의 타겟팅 방식이 진화되어 왔다. 처음에, 광고는 종종 일반적으로 모든 사람들을 대상으로 하였다. 그렇지만, 시간이 지남에 따라, 판매업자는 다수의 방식으로 잠재 고객을 대상으로 하기 시작하였다. 예를 들어, 판매업자는 종종 광고할 매체(예를 들어, 신문, 잡지, 라디오, 텔레비전, 기타)를 선택적으로 선정함으로써 특정의 집단을 대상으로 한다. 그에 부가하여, 종종 광고가 나오게 될 특정의 정황(예를 들어, 텔레비전의 특정 프로그램, 인터넷상의 특정의 웹 페이지, 기타)을 선택함으로써 광고가 타겟팅된다. 사용자 검색 쿼리에 응답하여 검색 결과와 함께 광고가 제시되는 검색 광고는 보다 최근의 광고 형태이다. 검색 광고는 종종 타겟팅된 광고 형태로 간주되는데, 그 이유는 광고가 특정의 사용자 검색 쿼리와 관련되어 있기 때문이다. 그렇지만, 검색 광고는 여전히 충분히 타겟팅되고 성공적인 광고를 제공하지는 못하고 있다. 상세하게는, 대부분의 검색이 제품을 구매하기 위한 것이 아니라 정보 또는 웹 사이트를 찾기 위해 행해진다(따라서 광고가 여전히 수동적 방식으로 디스플레이된다). 그에 부가하여, 검색 광고는 통상적으로 아주 간결하고 직접적으로 제품 구매를 가져오는 충분한 정보를 포함하고 있지 않다.

발명의 내용

[0002] <발명의 요약>

[0003] 이 요약은 이하에서 상세한 설명에 더 기술되는 일련의 개념들을 간략화된 형태로 소개하기 위해 제공된 것이다. 이 요약은 청구된 발명 대상의 주요 특징들 또는 필수적인 특징들을 나타내기 위한 것이 아니며, 청구된 발명 대상의 범위를 정하는 데 보조 수단으로 사용되기 위한 것도 아니다.

[0004] 본 발명의 실시예는 광고를 최종 사용자에게 전달하기 위해 푸시 모델(push model) 대신에 풀 모델(pull model)을 이용하는 광고 시스템에 관한 것이다. 본 발명의 실시예에 따르면, 최종 사용자는 제품 관심 및 요망을 나타내기 위해 광고 시스템과 상호작용한다. 최종 사용자가 관심을 갖고 있는 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 사용자의 관심을 추가적으로 분명하게 하는 속성을 나타내는 제품 요청이 생성된다. 제품 요청에 응답하여 광고주로부터의 광고가 생성된다. 광고가 구체적으로는 최종 사용자의 제품 관심 및 요망에 맞춰 타겟팅되도록, 제품 요청의 상세에 기초하여 광고가 생성된다.

도면의 간단한 설명

[0005] 첨부 도면들을 참조하여 이하에서 본 발명에 대해 상세히 기술한다.

도 1은 본 발명의 실시예들을 구현하는 데 사용하기 적당한 예시적인 컴퓨팅 환경의 블록도.

도 2는 본 발명의 실시예들이 이용될 수 있는 예시적인 시스템의 블록도.

도 3은 본 발명의 일 실시예에 따른 예시적인 광고 시스템의 블록도.

도 4는 본 발명의 일 실시예에 따른, 최종 사용자가 제품 요청을 입력할 수 있게 해주는 방법을 나타낸 흐름도.

도 5는 본 발명의 일 실시예에 따른, 광고주가 수동 모드에서 광고 시스템과 상호작용할 수 있게 해주는 방법을 나타낸 흐름도.

도 6은 본 발명의 일 실시예에 따른, 광고주가 반자동 모드에서 광고 시스템과 상호작용할 수 있게 해주는 방법을 나타낸 흐름도.

도 7은 본 발명의 일 실시예에 따른, 광고주가 자동 모드에서 광고 시스템과 상호작용할 수 있게 해주는 방법을 나타낸 흐름도.

도 8는 본 발명의 일 실시예에 따른 특정 제품 요청 스키마를 나타낸 도면.

도 9는 본 발명의 일 실시예에 따른 제품 카테고리 요청 스키마를 나타낸 도면.

발명을 실시하기 위한 구체적인 내용

[0006] 법적 요건을 만족시키기 위해 본 발명의 발명 대상이 본 명세서에 구체적으로 기술되어 있다. 그렇지만, 그 설명 자체가 이 특허의 범위를 제한하기 위한 것은 아니다. 오히려, 발명자들은, 현재 또는 장래의 다른 기술들과 함께, 이 문서에 기술된 단계들과 다른 단계들 또는 이 문서에 기술된 단계들과 유사한 단계들의 조합들을 포함시키기 위해, 청구된 발명 대상이 다른 방식들로도 구현될 수 있다는 것을 생각하고 있다. 게다가, "단계" 및/또는 "블록"이라는 용어들이 이용되는 방법들의 서로 다른 구성요소들을 암시하기 위해 본 명세서에서 사용될 수 있지만, 개별 단계들의 순서가 명확하게 기술되어 있지 않은 한 또 그러한 경우를 제외하고는, 이들 용어가 본 명세서에 개시된 다양한 단계들 사이에 임의의 특정의 순서를 암시하는 것으로 해석되어서는 안된다.

[0007] 본 발명의 실시예는 최종 사용자의 제품 관심 및 요구사항에 맞춰 구체적으로 타겟팅되어 있는 광고를 생성하여 최종 사용자에게 전달하는 광고 시스템을 제공한다. 광고 시스템은 최종 사용자가 특정 제품 및/또는 제품 카테고리에 대한 광고를 수신하고자 한다는 최종 사용자의 요망을 나타내는 제품 요청을 제공할 수 있게 해준다. 최종 사용자로부터의 제품 요청은 최종 사용자가 광고를 수신하고자 할 특정 제품 또는 제품 카테고리를 포함하고 있다. 그에 부가하여, 제품 요청은 최종 사용자의 제품 관심을 추가적으로 명확하게 하는, 최종 사용자에 의해 지정된 제품 속성값(product attribute value)을 포함할 수 있다. 예를 들어, 최종 사용자는 제품에 대해 지불할 의사가 있는 최고 가격을 지정할 수 있다.

[0008] 광고 시스템은 광고주가 3가지 모드, 즉 수동 모드, 반자동 모드 및 자동 모드로 제품 요청에 응답하여 광고의 생성을 용이하게 해주기 위해 시스템과 상호작용할 수 있게 해준다. 수동 모드에서, 광고주는 광고로 응답하기 위해 수동으로 제품 요청을 검토하고 선택한다. 반자동 모드에서, 광고주는 특정 제품 및/또는 제품 카테고리를 지정한다. 광고주의 선택된 특정 제품 및/또는 제품 카테고리와 일치하는 제품 요청에 기초하여 광고가 생성되어 제공될 수 있다. 자동 모드에서, 광고주는 제품 재고 정보를 업로드하고, 제품 요청에 응답하여 광고를 생성하기 위해 제품 요청이 제품 재고 정보와 자동으로 매칭된다.

[0009] "제품"이라는 용어가 상세한 설명 전반에 걸쳐 사용되고 있지만, 당업자라면 본 발명의 실시예가 서비스에도 똑같이 적용된다는 것을 잘 알 것이다. 그에 따라, 본 명세서에서 사용되는 "제품"이라는 용어는 서비스를 포함하기 위한 것이다.

[0010] 따라서, 일 실시예에서, 본 발명의 한 측면은 광고 시스템이 요구 기반 광고를 제공하는 컴퓨터-구현 방법에 관한 것이다. 이 방법은 최종 사용자가 제품 광고 정보를 수신하기 위해 최종 사용자의 관심을 나타내는 제품 요청을 입력할 수 있게 해주는 사용자 인터페이스를 제공하는 단계를 포함한다. 사용자 인터페이스는 최종 사용자가 특정 제품을 지정하거나 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조로부터 제품 카테고리를 선택할 수 있게 해준다. 이 방법은 또한 사용자 인터페이스를 통해 최종 사용자로부터 제품 요청을 수신하는 단계를 포함하고, 제품 요청은 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 최종 사용자의 관심을 명확하게 하는 하나 이상의 제품 요청 속성값을 나타낸다. 이 방법은 제품 요청을 다른 사용자들로부터의 다른 제품 요청들과 함께 저장하는 단계를 추가로 포함한다. 이 방법은 또한 광고주가 하나 이상의 광고로 응답하기 위해 제품 요청 및 다른 제품 요청들을 검토하고 제품 요청 및 다른 제품 요청들 중 하나 이상을 수동으로 선택할 수 있게 해주는 단계를 포함한다. 이 방법은 광고주로부터의 제품 요청의 선택을 수신하는 단계 및 제품 요청에 포함된 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 제품 요청 속성값에 기초하여 광고를 생성하는 단계를 추가로 포함한다. 이 방법은 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해주는 단계를 추가로 포함한다.

[0011] 다른 측면에서, 본 발명의 일 실시예는 방법을 수행하는 컴퓨터-이용가능 명령어들을 구현하는 하나 이상의 컴퓨터-판독가능 저장 매체에 관한 것이다. 이 방법은 최종 사용자가 제품 광고 정보를 수신하기 위해 최종 사용자의 관심을 나타내는 제품 요청을 입력할 수 있게 해주는 사용자 인터페이스를 제공하는 단계를 포함한다. 사용자 인터페이스는 최종 사용자가 특정 제품을 지정하거나 미리 정의된 제품 카테고리 계층구조로부터 제품 카테고리를 선택할 수 있게 해준다. 이 방법은 또한 사용자 인터페이스를 통해 최종 사용자로부터 제품 요청을 수신하는 단계를 포함하고, 제품 요청은 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 최종 사용자의 관심을 명확하게 하는 하나 이상의 제품 요청 속성값을 나타낸다. 이 방법은 제품 요청을 다른 사용자들로부터의 다른 제품 요청들과 함께 저장하는 단계를 추가로 포함한다. 이 방법은 또한 광고주로부터 제품 재고 정보를 수신하는 단계 및 제품 재고 정보를 저장하는 단계를 포함한다. 이 방법은 제품 요청을 제품 재고 정보의 적어도 일부분과 매칭시키는 단계 및 제품 요청 및 제품 재고 정보에 기초하여 광고를 생성하는 단계를 추가로 포함한다. 이 방법은 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해주는 단계를 추가로 포함한다.

[0012] 본 발명의 추가의 측면은 하나 이상의 컴퓨터-판독가능 저장 매체 상에 구현된 요구 기반 광고 시스템에 관한 것이다. 이 시스템은 최종 사용자 인터페이스, 광고주 인터페이스, 광고 생성 구성요소 및 광고 전달 구성요소

를 포함한다. 최종 사용자 인터페이스는 최종 사용자가 제품 요청을 제공하기 위해 광고 시스템과 상호작용하는 것을 용이하게 해준다. 각각의 제품 요청은 광고를 수신하고자 한다는 최종 사용자의 요망을 나타내며, 각각의 제품 요청은 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 하나 이상의 제품 속성값을 지정한다. 광고주 인터페이스는 광고주가 제품 요청에 대해 광고로 응답하기 위해 광고 시스템과 상호작용하는 것을 용이하게 해주고, 광고주 인터페이스는 광고주가 수동 모드, 반자동 모드, 및 자동 모드로 광고 시스템과 상호작용할 수 있게 해준다. 수동 모드에서, 광고주 인터페이스는 광고주가 광고로 응답하고자 하는 제품 요청을 수동으로 검토하고 선택하는 것을 용이하게 해준다. 반자동 모드에서, 광고주 인터페이스는 광고주가 특정 제품 및 제품 카테고리 중 적어도 하나를 수동으로 선택하는 것을 용이하게 해주고, 광고주에 의해 선택된 특정 제품 및 제품 카테고리와 일치하는 제품 요청에 응답하여 광고가 생성된다. 자동 모드에서, 광고주 인터페이스는 광고주가 제품 재고 정보를 제공하는 것을 용이하게 해주고, 광고주에 의해 제공된 제품 재고 정보와 일치하는 제품 요청에 응답하여 광고가 생성된다. 광고 생성 구성요소는 제품 요청에 응답하여 광고를 생성하고, 주어진 제품 요청에 의해 지정된 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 하나 이상의 제품 속성값에 기초하여 각각의 광고가 생성된다. 광고 전달 구성요소는 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해준다.

[0013] 본 발명의 실시예의 개요를 간략하게 기술하였지만, 본 발명의 다양한 측면들에 대한 일반적인 정황을 제공하기 위해 본 발명의 실시예가 구현될 수 있는 예시적인 운영 환경에 대해 이하에서 기술한다. 먼저 특히 도 1을 참조하면, 본 발명의 실시예들을 구현하기 위한 예시적인 운영 환경이 도시되어 있으며 전체적으로 컴퓨팅 장치(100)로서 나타내어져 있다. 컴퓨팅 장치(100)는 적당한 컴퓨팅 환경의 일례에 불과하며 본 발명의 용도 또는 기능의 범위에 관한 어떤 제한을 암시하기 위한 것이 아니다. 컴퓨팅 장치(100)가 예시된 구성요소들 중 어느 하나 또는 예시된 구성요소들의 임의의 조합에 관한 어떤 의존관계 또는 요구조건을 갖는 것으로 해석되어서도 안된다.

[0014] 본 발명은 일반적으로 컴퓨터 또는 기타 기계[PDA(personal data assistant) 또는 기타 핸드헬드 장치 등]에 의해 실행되는 프로그램 모듈들과 같은 컴퓨터 실행가능 명령어들을 비롯한 컴퓨터 코드 또는 기계-이용가능 명령어들과 관련하여 기술될 수 있다. 일반적으로, 루틴, 프로그램, 개체, 구성요소, 데이터 구조, 기타 등등을 포함하는 프로그램 모듈들은 특정의 작업을 수행하거나 특정의 추상 데이터 유형을 구현하는 코드를 말한다. 본 발명은 핸드헬드 장치, 가전 제품, 범용 컴퓨터, 전용 컴퓨팅 장치(more specialty computing device), 기타 등등을 비롯한 각종의 시스템 구성들에서 실시될 수 있다. 본 발명은 또한 작업들이 통신 네트워크를 통해 연결되어 있는 원격 처리 장치들에 의해 수행되는 분산 컴퓨팅 환경에서도 실시될 수 있다.

[0015] 도 1을 참조하면, 컴퓨팅 장치(100)는 메모리(112), 하나 이상의 프로세서들(114), 하나 이상의 프레젠테이션 구성요소들(presentation components)(116), 입/출력 포트들(118), 입/출력 구성요소들(120), 및 예시적인 전원 공급 장치(122)를 직접 또는 간접적으로 연결시키는 버스(110)를 포함하고 있다. 버스(110)는 하나 이상의 버스일 수 있는 것(주소 버스, 데이터 버스, 또는 이들의 조합 등)을 나타낸다. 도 1의 다양한 블록들이 명확함을 위해 선으로 나타내어져 있지만, 실제로는, 다양한 구성요소를 구분하는 것이 그렇게 명확하지 않으며, 비유적으로 말하면, 이들 선이 보다 정확하게는 애매모호하다(grey and fuzzy). 예를 들어, 디스플레이 장치와 같은 프레젠테이션 구성요소(presentation component)를 I/O 구성요소라고 생각할 수 있다. 또한, 프로세서는 메모리를 갖는다. 이러한 것이 기술의 속성임을 잘 알 것이며, 다시 말하지만 도 1의 도면은 단지 본 발명의 하나 이상의 실시예들과 관련하여 사용될 수 있는 예시적인 컴퓨팅 장치를 나타낸 것에 불과하다. "워크스테이션", "서버", "랩톱", "핸드헬드 장치", 기타 등등의 카테고리들 간에 구별을 두지 않는데, 그 이유는 이들 모두가 도 1의 범위 내에 속하는 것으로 생각되고 "컴퓨팅 장치"를 말하는 것이기 때문이다.

[0016] 컴퓨팅 장치(100)는 통상적으로 각종의 컴퓨터-판독가능 매체를 포함하고 있다. 컴퓨터-판독가능 매체는 컴퓨팅 장치(100)에 의해 액세스될 수 있는 이용가능한 매체라면 어느 것이라도 될 수 있고, 휘발성 및 비휘발성 매체, 이동식 및 비이동식 매체 둘다를 포함한다. 제한이 아닌 예로서, 컴퓨터-판독가능 매체는 컴퓨터 저장 매체 및 통신 매체를 포함할 수 있다. 컴퓨터 저장 매체는 컴퓨터-판독가능 명령어, 데이터 구조, 프로그램 모듈 또는 기타 데이터 등의 정보를 저장하는 임의의 방법 또는 기술로 구현되는 휘발성 및 비휘발성, 이동식 및 비이동식 매체 둘다를 포함한다. 컴퓨터 저장 매체로는 RAM, ROM, EEPROM, 플래시 메모리 또는 기타 메모리 기술, CD-ROM, DVD(digital versatile disk) 또는 기타 광 저장 장치, 자기 카세트, 자기 테이프, 자기 디스크 저장 장치 또는 기타 자기 저장 장치, 또는 원하는 정보를 저장하는 데 사용될 수 있고 또 컴퓨팅 장치(100)에 의해 액세스될 수 있는 임의의 다른 매체가 있지만, 이들로 제한되지 않는다. 통신 매체는 통상적으로 컴퓨터-판독가능 명령어, 데이터 구조, 프로그램 모듈 또는 기타 데이터를 반송파 또는 기타 전송 메카니즘 등의 피변조 데이터 신호(modulated data signal)에 구현하고 모든 정보 전달 매체를 포함한다. "피변조 데이터 신호"라

는 용어는 신호의 속성속성 하나 이상이 정보를 그 신호에 인코딩하는 방식으로 설정 또는 변경된 신호를 의미한다. 제한이 아닌 예로서, 통신 매체는 유선 네트워크 또는 직접 배선 접속(direct-wired connection) 등의 유선 매체와, 음향, RF, 적외선 및 기타 무선 매체 등의 무선 매체를 포함한다. 상기한 것들 중 임의의 것의 조합도 역시 컴퓨터-판독가능 매체의 범위 내에 포함되어야 한다.

[0017] 메모리(112)는 휘발성 및/또는 비휘발성 메모리 형태의 컴퓨터 저장 매체를 포함한다. 메모리는 이동식, 비이동식, 또는 이들의 조합일 수 있다. 예시적인 하드웨어 장치로는 고상 메모리(solid-state memory), 하드 드라이브, 광 디스크 드라이브, 기타 등등이 있다. 컴퓨팅 장치(100)는 메모리(112) 또는 I/O 구성요소(120)와 같은 다양한 엔터티로부터 데이터를 판독하는 하나 이상의 프로세서를 포함한다. 프레젠테이션 구성요소(들)(116)는 사용자 또는 기타 장치에 데이터 표시(data indication)를 제공한다. 예시적인 프레젠테이션 구성요소로는 디스플레이 장치, 스피커, 인쇄 구성요소, 진동 구성요소, 기타 등등이 있다.

[0018] I/O 포트들(118)에 의해 컴퓨팅 장치(100)는 I/O 구성요소들(120)을 비롯한 다른 장치들(이들 중 일부는 내장되어 있을 수 있음)에 논리적으로 결합될 수 있다. 예시적인 구성요소들로는 마이크, 조이스틱, 게임 패드, 위성 안테나, 스캐너, 프린터, 무선 장치, 기타 등등이 있다.

[0019] 이제 도 2를 참조하면, 본 발명의 실시예들이 이용될 수 있는 예시적인 시스템(200)을 나타내는 블록도가 제공되어 있다. 본 명세서에 기술된 이 구성 및 기타 구성들이 단지 일례로서 기술되어 있다는 것을 잘 알 것이다. 기타 구성들 및 요소들(예를 들어, 기계, 인터페이스, 기능, 순서, 및 기능 그룹, 기타)이 도시된 것들에 부가하여 또는 그 대신에 사용될 수 있으며, 어떤 요소들은 완전히 생략될 수 있다. 게다가, 본 명세서에 기술된 요소들 중 다수는, 개별 구성요소들 또는 분산 구성요소들로서 또는 다른 구성요소들과 함께, 임의의 적당한 조합으로 임의의 적당한 위치에 구현될 수 있는 기능적 엔터티들이다. 본 명세서에서 하나 이상의 엔터티들에 의해 수행되는 것으로 기술된 다양한 기능들이 하드웨어, 펌웨어 및/또는 소프트웨어에 의해 수행될 수 있다. 예를 들어, 메모리에 저장된 명령어들을 실행하는 프로세서에 의해 다양한 기능들이 수행될 수 있다.

[0020] 도시되지 않은 구성요소들 중에서도 특히, 시스템(200)은 광고 시스템(202), 최종 사용자 장치(204), 및 광고주 장치(206)를 포함할 수 있다. 광고 시스템(202), 최종 사용자 장치(204), 및 광고주 장치(206) 각각은, 예를 들어, 도 1을 참조하여 기술된 컴퓨팅 장치(100)와 같은 임의의 유형의 컴퓨팅 장치를 포함할 수 있다. 이 구성요소들은 하나 이상의 LAN(local area network) 및/또는 WAN(wide area network)(이들로 제한되지 않음)을 포함할 수 있는 네트워크(208)를 통해 서로 통신을 할 수 있다. 이러한 네트워킹 환경들은 사무실, 전사적 컴퓨터 네트워크(enterprise-wide computer network), 인트라넷 및 인터넷에서 흔한 것이다. 본 발명의 범위 내에서 임의의 수의 광고 시스템, 최종 사용자 장치, 광고주 장치, 및 네트워크가 시스템(200) 내에서 이용될 수 있다는 것을 잘 알 것이다. 각각은 단일 장치 또는 분산 환경에서의 다수의 장치를 포함할 수 있다. 그에 부가하여, 도시되지 않은 다른 구성요소들도 시스템(200) 내에 포함될 수 있다.

[0021] 시스템(200)은 본 발명의 일 실시예에 따른, 최종 사용자에게 온라인 광고를 전달하기 위해 푸시 모델 대신에 풀 모델을 사용하는 요구 기반 광고 시스템을 나타낸 것이다. 일반적으로, 광고 시스템(202)은 풀 모델에서 광고주로부터의 광고를 최종 사용자에게 전달하는 것을 용이하게 해주기 위해 최종 사용자에 대한 인터페이스 및 광고주에 대한 인터페이스를 제공한다. 보다 상세하게는, 최종 사용자는, 광고 시스템(202)에 액세스하여 최종 사용자가 잠재적 구매를 위해 광고를 수신하고자 하는 제품 및/또는 제품 정보를 지정하는 제품 요구 또는 관심 요청을 하기 위해, 최종 사용자 장치(204)와 같은 최종 사용자 장치를 이용할 수 있다. 광고주는, 광고 시스템에 액세스하여 최종 사용자의 제품 요구/관심 요청을 충족시키는 광고를 제공함으로써 최종 사용자 요청에 응답하기 위해, 광고주 장치(206)와 같은 장치를 이용할 수 있다. 광고 시스템(202)은 이어서 광고주[광고주 장치(206)와 연관된 광고주 등]로부터의 광고를 최종 사용자[최종 사용자 장치(204)와 연관된 최종 사용자 등]에게 전달하는 것을 용이하게 해준다.

[0022] 이제부터, 도 3을 참조하여, 본 발명의 일 실시예에 따른 예시적인 광고 시스템(300)에 대해 더 상세히 기술할 것이다. 도시되지 않은 구성요소들 중에서도 특히, 광고 시스템(300)은 최종 사용자 인터페이스 구성요소(302), 광고주 인터페이스 구성요소(304), 광고 생성 구성요소(306), 광고 전달 구성요소(308), 및 데이터 저장소(310)를 포함할 수 있다. 각각의 구성요소는 본 명세서에 기술된 동작들을 수행할 수 있는 프로그램, 루틴, 응용 프로그램, 또는 기타 기계-실행가능 코드를 포함할 수 있다. 당업자라면 도 3에 도시된 구성요소들이 단지 예시를 위해 제공된 것이고 본 발명의 다양한 실시예들에 따라 다른 구성들이 제공될 수 있다는 것을 잘 알 것이다.

[0023] 앞서 살펴본 바와 같이, 광고 시스템(300)은 일반적으로 풀 모델을 사용하여 광고주로부터의 광고를 최종 사용

자에게 전달하는 것을 용이하게 해줄 수 있다. 광고 시스템(300)은 최종 사용자와 통신하기 위해 최종 사용자 인터페이스(302)를 포함한다. 일반적으로, 최종 사용자 인터페이스(302)는 최종 사용자가, 자신의 계정에 로그인하여 자신의 계정을 관리하기 위해, 최종 사용자 장치[도 2의 최종 사용자 장치(204)]를 사용하여 광고 시스템(300)에 액세스할 수 있게 해준다. 예를 들어, 최종 사용자 장치(204)는 광고 시스템(300)에 액세스 및 통신하는 것을 용이하게 해주는 웹 브라우저를 포함할 수 있다. 최종 사용자는 새로운 제품 요청을 추가할 수 있고, 이 새로운 제품 요청은 광고 시스템(300)에 의해 데이터 저장소(310)에 저장될 수 있다. 그에 부가하여, 최종 사용자는 현재 활성인 제품 요청을 보고, 수정하고, 및/또는 삭제할 수 있다. 게다가, 최종 사용자는 최종 사용자의 현재 활성인 제품 요청에 응답하여 제공된 광고를 볼 수 있다.

[0024] 처음에, 최종 사용자는 광고 시스템(300)에 의해 제공된 광고 서비스에 등록해야만 할지도 모른다. 예를 들어, 최종 사용자는 최종 사용자의 이름 및 연락처 정보 등의 정보를 제공해야만 할지도 모른다. 그에 부가하여, 최종 사용자는 광고가 최종 사용자에게 어떻게 전달되어야 하는지에 대한 기본 설정을 지정할 수 있다. 예를 들어, 최종 사용자는 광고가 전자메일 또는 RSS 피드를 통해 최종 사용자에게 전달되도록 지정할 수 있다. 당업자라면 최종 사용자에게 광고를 전달하기 위해 각종의 기타 전달 메커니즘이 이용될 수 있고 상기한 전달 메커니즘이 단지 일례로서 제공되어 있다는 것을 잘 알 것이다. 일부 실시예에서, 이들 전달 메커니즘 중 하나를 통해 최종 사용자에게 광고를 전달하는 대신에, 광고 시스템(300)은 단순히 최종 사용자가 광고를 이용할 수 있다는 것과 최종 사용자가 광고에 액세스하기 위해 광고 시스템(300)에 로그인해야 할지도 모른다는 통지를 전달할 수 있다. 이러한 변형례들 전부가 본 발명의 실시예들의 범위에 속하는 것으로 생각된다.

[0025] 최종 사용자 인터페이스(302)는 또한 최종 사용자가 제품 요구/관심 요청의 상세를 광고 시스템에 입력할 수 있게 해준다. 상세하게는, 최종 사용자는 광고를 수신하고자 하는 제품 또는 제품 카테고리에 관한 정보를 입력한다. 제품 요청은 광고 시스템에 의해 데이터 저장소(310)에 저장될 수 있다. 본 발명의 다양한 실시예에서, 최종 사용자 인터페이스(302)는 최종 사용자가 2가지 유형의 제품 요청, 즉 특정 제품 요청 또는 제품 카테고리 요청을 제공할 수 있게 해준다.

[0026] 특정 제품 요청은 최종 사용자가 관심을 갖고 있는 특정 제품을 지정할 수 있게 해준다. 예를 들어, 최종 사용자는 CANON EOS5D와 같은 특정의 카메라 모델을 지정할 수 있다. 특정 제품 요청은, 그 제품을 판매하는 광고주가 특정 제품 요청에 응답할 수 있도록, 최종 사용자가 지정한 특정 제품을 포함하게 될 것이다.

[0027] 특정 제품을 지정하는 것에 부가하여, 최종 사용자는 또한 특정 제품 요청의 일부로서 다른 속성들도 지정할 수 있다. 예를 들어, 최종 사용자는 요청의 만기 일자를 지정할 수 있다. 만기 일자는 요청이 언제 만료될 것인지를 나타낸다. 요청이 만료될 때, 요청은 광고 시스템(300)으로부터 제거되고, 최종 사용자는 그 요청에 대한 어떤 광고도 더 이상 수신하지 않을 것이다. 최종 사용자는 또한 특정 제품에 대해 지불할 의사가 있는 최고 가격을 지정할 수 있다. 그에 따라, 자신의 제품을 그 최고 가격 이하로 판매할 의사가 있는 광고주만이 제품 요청에 응답할 것이다.

[0028] 제품 카테고리 요청은 최종 사용자가 특정 제품과 달리 제품의 일반 카테고리를 지정할 수 있게 해준다. 이것은 최종 사용자가 특정 유형의 제품을 구매하는 것에 관심이 있을 수 있지만 마음에 둔 특정 제품은 아직 없다는 것을 반영한다. 예를 들어, 최종 사용자는 디지털 카메라를 구매하는 것에 관심이 있을 수 있지만 구매할 특정의 카메라 모델을 아직 선택하지 않았다.

[0029] 제품 카테고리 요청을 용이하게 해주기 위해, 광고 시스템(300)은 제품 카테고리의 계층구조를 유지한다. 예를 들어, 제품 카테고리 계층구조는 다음과 같은 것을 포함할 수 있다: 가전 제품 -> 텔레비전 -> 플라즈마 텔레비전 또는 여행 -> 해변 휴가 -> 하와이 -> 마감 임박. 따라서, 제품 카테고리 계층구조는 다양한 특이성의 카테고리를 포함할 것이다. 최종 사용자는 제품 카테고리 계층구조를 브라우징하고 원하는 특이성의 제품 카테고리를 선택할 수 있다. 예를 들어, 최종 사용자는 임의의 유형의 텔레비전(예를 들어, CRT, LCD, 플라즈마, 기타)에 관심이 있는 경우 "텔레비전" 카테고리를 선택할 수 있거나, 최종 사용자는 플라즈마 텔레비전에만 관심이 있는 경우 "플라즈마 텔레비전" 카테고리를 선택할 수 있다. 최종 사용자에 의해 선택된 계층구조에서의 레벨은 어느 광고주가 제품 카테고리 요청에 응답할 것인지 및 최종 사용자가 수신하게 될 광고에 영향을 줄 것이다. 카테고리가 더 넓으면 더 넓은 범위의 제품에 대한 광고가 있을 것이고, 반대로 카테고리가 더 좁으면 더 좁은 범위의 제품에 대한 광고가 있을 것이다.

[0030] 일부 실시예에서, 각각의 카테고리는, 사용자가 제품 카테고리 요청에 대한 속성을 지정할 수 있게 해주기 위해, 그와 연관된 주제 스키마(topical schema)를 갖는다. 주제 스키마는 카테고리와 관련성있는 속성에 기초하여 각각의 카테고리에 고유한 것이다. 예를 들어, "플라즈마 텔레비전" 카테고리와 연관된 속성은 가격, 크

기, 브랜드, HD 지원, 기타를 포함할 수 있다. 다른 일례로서, "여행" 카테고리와 연관된 속성은 가격, 기간, 일자, 여행객 수, 기타를 포함할 수 있다. 최종 사용자가 특정의 제품 카테고리를 선택할 때, 최종 사용자 인터페이스(302)는 선택된 제품 카테고리에 대한 속성들을 제시할 수 있다. 그러면, 최종 사용자는 속성들 중 어느 것에 대한 값도 입력하지 않거나 그 일부 또는 전부에 대한 값을 입력하기로 선택할 수 있다. 예를 들어, 광고 시스템은 최종 사용자가 각각의 속성에 대한 값을 지정할 수 있게 해주는 대응하는 텍스트 상자, 드롭다운 상자, 또는 기타 사용자 인터페이스 위젯에 관련 속성들을 제시할 수 있다. 속성들 중 일부가 카테고리에 고유한 것이지만, 속성들 중 일부는 일반적이고 많은 카테고리에 의해 공유될 수 있다. 예를 들어, 최종 사용자는 최고 가격을 지정할 수 있거나, 최종 사용자는, 요청이 언제 만료하는지를 나타내는, 요청에 대한 만기 일자를 지정할 수 있다. 상기한 바와 같이, 요청이 만료될 때, 요청은 광고 시스템(300)으로부터 제거되고, 최종 사용자는 그 요청에 대한 어떤 광고도 더 이상 수신하지 않을 것이다.

[0031] 본 발명의 일부 실시예에 따르면, 최종 사용자로부터의 제품 요청이 최종 사용자 제품 요청에 대한 광고를 반환하는 것을 용이하게 해주는 특정의 스키마로 포맷팅된다. 이 스키마는 최종 사용자에 의해 지정된 특정 제품 또는 제품 카테고리는 물론 최종 사용자가 제품 요청에 대해 지정한 어떤 속성이라도 포함한다.

[0032] 이제 도 8 및 도 9를 참조하면, 본 발명의 일 실시예에 따른 예시적인 제품 요청 스키마를 나타낸 도면이 제공된다. 도 8은 특정 제품 요청 스키마(800)를 나타낸 것이고, 도 9는 제품 카테고리 요청 스키마(900)를 나타낸 것이다. 도 8에 나타낸 바와 같이, 특정 제품 요청 스키마(800)는 요청 유형(802)을 "제품(product)"이라고 지정하고 있다. 특정 제품 요청 스키마(800)는 또한 제품 필드(804)도 포함하고 있다. 이 일례에서, 제품 필드(804)는 CANON EOS5D이라는 제품을 지정하고 있다. 특정 제품 요청 스키마(800)는 또한 만기 시간(즉, 100 시간) 및 최고 가격($120.00)을 지정하고 있다.

[0033] 도 9에 나타낸 바와 같이, 제품 카테고리 요청 스키마(900)는 요청 유형(902)을 "제품 카테고리(product category)"라고 지정하고 있다. 제품 카테고리 요청 스키마(900)는 또한 요청에 대한 만기(즉, 6 개월)를 지정하고 있다. 제품 카테고리 요청 스키마(900)는 제품 카테고리를 "주택 융자(Mortgage)"라고 지정하는 카테고리 필드(904)를 추가로 포함하고 있다. 제품 카테고리 요청으로부터의 다수의 속성(906)도 제품 카테고리 요청 스키마(900)에 지정된다.

[0034] 도 3으로 돌아가서, 광고 시스템(300)은 광고주가 최종 사용자의 제품 요청에 대해 광고로 응답하기 위해 광고 시스템(300)과 상호작용하는 것을 용이하게 해주는 광고주 인터페이스 구성요소(302)를 포함한다. 본 발명의 다양한 실시예에 따르면, 광고주는 3가지 모드, 즉 수동 모드, 반자동 모드 및 완전 자동 모드로 광고 시스템(300)과 상호작용할 수 있다. 이들 모드 각각에서, 제품 요청에 응답하여 광고가 생성된다. 상세하게는, 광고 시스템은 제품 요청을 기존의 광고에 단순히 매칭시키지 않는다. 그 대신에, 광고 시스템은, 제품 요청에 의해 지정된 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 임의의 연관된 속성을 비롯한, 제품 요청의 상세에 기초하여 광고를 생성한다. 이러한 방식으로, 광고가 제품 요청에 맞춰 상세히 타겟팅되어 있다.

[0035] 수동 모드에서, 광고주는 데이터 저장소(310)에 저장된 최종 사용자 제품 요청을 브라우징 및/또는 검색할 수 있다. 그에 따라, 광고주는 광고주에 의해 제공되는 제품과 일치하는 최종 사용자 요구/관심을 찾아낼 수 있다. 광고주는 개개의 제품 요청을 선택하고, 그 제품 요청에 대해, 제품 요청에 지정되어 있는 최종 사용자의 요구 및 관심에 맞춰 타겟팅된 광고로 응답할 수 있다.

[0036] 반자동 모드에서, 광고주는 제품 요청에 대해 응답하고자 하는 특정 제품 및/또는 제품 카테고리를 선택할 수 있다. 사용자가 광고주가 선택한 특정 제품 또는 제품 카테고리와 일치하는 특정 제품 요청 또는 제품 카테고리 요청을 하는 경우, 제품 요청에 지정된 최종 사용자의 요구/관심과 일치하는 광고가 자동으로 생성되고, 이 광고가 자동으로 최종 사용자에게로 보내진다.

[0037] 완전 자동 모드에서, 광고주는 광고주에 의해 제공되는 제품에 관한 정보를 바로 광고 시스템(300)에 업로드할 수 있는데, 이는 광고주의 제품 정보를 데이터 저장소(310) 또는 다른 연관된 데이터 저장소에 저장한다. 제품 정보는 광고주에 의해 제공되는 제품들을 지정하는 재고 목록을 포함할 수 있다. 제품 정보는 제품 요청에 대해 자동화된 응답을 생성하는 데 사용된다.

[0038] 광고 생성 구성요소(306)는 제품 요청에 응답하는 광고를 생성하는 것을 용이하게 해준다. 본 발명의 실시예에 따르면, 제품 요청에 지정된 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 모든 연관된 속성을 비롯한 제품 요청의 상세에 따라 주어진 제품 요청에 대한 광고가 생성된다. 그에 따라, 생성된 광고가 제품 요청에 맞춰 상세히 타겟팅되어 있다.

[0039] 광고 생성 구성요소(306)는 또한 광고주에 의해 제공된 광고 정보를 이용하여 광고를 생성할 수 있다. 일부 실시예에서, 광고 생성 구성요소(306)는 특정의 제품 요청에 기초하여 광고주에 의해 제공된 광고 정보 모음으로부터 광고 정보의 일부분을 자동으로 선택하여 광고를 생성할 수 있다. 완전 자동 모드에서, 광고주의 제품 재고 정보로부터 광고 정보가 선택될 수 있다. 수동 모드의 일부 실시예에서, 광고 생성 구성요소(306)는, 광고주가 선택한 제품 요청에 응답하여, 광고주가 광고 시스템에 광고를 제공하는 것을 용이하게 해줄 수 있다. 예를 들어, 광고주는 제품 요청을 선택하고, 제품 요청에 기초하여 광고를 생성하며, 광고를 광고 시스템(300)에 업로드할 수 있다. 일부 실시예에서, 광고 시스템(300)은 광고를 광고 시스템에 대한 공통의 형식으로 변환할 수 있다.

[0040] 광고 전달 구성요소(308)는 제품 요청에 응답하여 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해준다. 본 발명의 일부 실시예에서, 광고 전달 구성요소(308)는 최종 사용자에게 실제의 광고를 전달한다. 실제의 광고의 전달은, 예를 들어, 전자메일 또는 RSS 피드와 같은 임의의 공지된 통신 방법을 사용하여 달성될 수 있다. 일부 실시예에서, 최종 사용자는 통신 방법 기본 설정을 지정할 수 있고, 광고 전달 구성요소(308)는 최종 사용자 기본 설정에 기초하여 광고를 전달한다. 본 발명의 다른 실시예에서, 실제의 광고를 전달하는 대신에, 광고 전달 구성요소(308)는 최종 사용자가 광고를 이용할 수 있다는 통지를 전달한다. 실제의 광고의 전달과 유사하게, 통지가 임의의 공지된 통신 방법을 사용하여 전달될 수 있고 최종 사용자 기본 설정에 따라 수행될 수 있다. 통지가 이용되는 실시예에서, 최종 사용자는 광고를 보기 위해 광고 시스템(300)에서의 자신의 계정에 액세스할 수 있다.

[0041] 광고 시스템(300)은 광고 서비스를 용이하게 해주기 위해 다수의 부가 기능들을 제공할 수 있다. 예를 들어, 광고 시스템(300)은 광고주에 대한 판매업자 평가를 가능하게 해줄 수 있다. 광고 시스템(300)은 암시적인 및/또는 지정적인 판매업자 평가를 수집할 수 있다. 암시적인 판매업자 평가의 경우, 최종 사용자가 주어진 광고주로부터의 광고와 상호작용할 때마다, 정보가 광고 시스템에 의해 로그되어 각각의 카테고리에 대한 "인기있는 판매업자"를 생성할 것이다. 그에 부가하여 또는 다른 대안으로서, 언제라도 최종 사용자는 과거에 지정적으로 상호작용했던 광고주들 중 누구라도 평가할 수 있을 것이다. 최종 사용자 계정은 가장 흔하게 사용되고 가장 높게 평가된 판매업자에 관한 통계를 저장할 수 있다. 일부 실시예에서, 최종 사용자는 이 정보를 다른 최종 사용자들과 공유할 수 있다. 일부 실시예에서, 판매업자 평가가 제품 요청에 대한 속성으로서 사용될 수 있다. 예를 들어, 최종 사용자는, 제품 요청의 일부로서, 최소 판매업자 평가를 갖는 광고주로부터의 광고에만 관심이 있다는 것을 지정할 수 있다.

[0042] 광고 시스템(300)은 또한 본 발명의 다양한 실시예에 따른 다수의 서로 다른 수익 모델을 이용할 수 있다. 예를 들어, 일 실시예에서, 광고 시스템(300)은 광고주를 위해 광고 응답이 제공되는 각각의 제품 요청에 대해 광고주에게 정액 요금을 청구할 수 있다. 그에 부가하여 또는 다른 대안으로서, 사용자가 주어진 광고에 응답할 때마다 정액 요금이 청구될 수 있다.

[0043] 일부 실시예에서, 광고 시스템(300)은 광고의 결과 제품 구매가 있게 될 때를 식별하기 위해 변환 추적(conversion tracking)을 제공할 수 있다. 이러한 실시예에서, 광고 시스템(300)은 전환으로부터의 수익의 일정 비율이 광고주에게 청구되는 수익 분배 모델을 이용할 수 있다. 이러한 변형례들 전부가 본 발명의 실시예들의 범위에 속하는 것으로 생각된다.

[0044] 이제 도 4를 참조하면, 본 발명의 일 실시예에 따른, 최종 사용자가 제품 요청을 입력할 수 있게 해주는 방법(400)을 나타낸 흐름도가 제공되어 있다. 처음에, 블록(402)에 나타낸 바와 같이, 제품 요청 사용자 인터페이스가 최종 사용자에게 제공된다. 제품 요청 사용자 인터페이스는 그 최종 사용자가 제품 요청의 상세를 입력하기 위해 광고 시스템과 상호작용할 수 있게 해준다. 블록(404)에 나타낸 바와 같이, 최종 사용자는 제품 요청 사용자 인터페이스를 이용하여 사용자가 특정 제품 또는 제품 카테고리에 대한 광고를 수신하기를 원하는지 여부를 지정할 수 있다.

[0045] 최종 사용자가 특정 제품에 대한 광고를 수신하기를 원하는 경우, 블록(406)에서, 최종 사용자는 특정 제품을 지정한다. 블록(408)에 나타낸 바와 같이, 최종 사용자는 또한 하나 이상의 속성 선택을 할 수 있다. 예를 들어, 상기한 바와 같이, 최종 사용자는 제품 요청에 지정된 제품에 대해 지불할 의사가 있는 최고 가격을 지정할 수 있다. 그에 부가하여, 최종 사용자는 제품 요청에 대한 만기 일자(이 만기 일자 이후에 최종 사용자는 지정된 제품에 대한 광고를 더 이상 수신하기를 원하지 않음)를 지정할 수 있다. 블록(410)에 나타낸 바와 같이, 최종 사용자 선택에 기초하여 제품 요청이 생성된다. 제품 요청은 최종 사용자가 지정한 특정 제품의 표시는 물론, 역시 최종 사용자가 지정한 임의의 속성 선택을 포함하고 있다. 블록(412)에 나타낸 바와 같이, 제품 요

청이, 예를 들어, 도 3의 데이터 저장소(310)에 저장된다.

[0046] 다른 대안으로서, 최종 사용자가 특정 제품 대신에 제품 카테고리에 대한 광고를 수신하기를 원하는 경우, 블록(414)에 나타낸 바와 같이, 최종 사용자는 광고 시스템에 의해 제공되는 카테고리 계층구조를 검색 및/또는 브라우징할 수 있다. 블록(416)에 나타낸 바와 같이, 최종 사용자는 특정의 제품 카테고리를 선택한다. 블록(418)에서, 제품 카테고리 선택에 기초하여, 선택된 제품 카테고리에 대응하는 제품 요청 속성이 최종 사용자에게 제시된다. 상기한 바와 같이, 광고 시스템은 각각의 제품 카테고리에 대한 일련의 속성들을 유지한다. 주어진 제품 카테고리에 대한 일련의 속성이 그 제품 카테고리에 고유하고 관련성이 있다. 어떤 경우들에, 속성이 서로 다른 제품 카테고리들 간에 공통된 것일 수 있다. 예를 들어, 가격은 전부는 아닐지라도 대부분의 제품 카테고리들에 적용되는 속성이다. 다른 경우들에, 속성이 한 제품 카테고리에는 관련성이 있지만 다른 제품 카테고리에는 관련성이 없을 수 있다. 예를 들어, 해상도가 디지털 카메라에 대해서는 관련성있는 속성일 것이지만, 여행과 같은 다른 제품 카테고리에 대해서는 관련성이 없을 것이다.

[0047] 블록(420)에 나타낸 바와 같이, 최종 사용자는 속성 선택을 한다. 상세하게는, 최종 사용자는 제시된 속성에 대한 값을 제공한다. 예를 들어, 최종 사용자는 특정의 가격 또는 가격 범위를 지정하거나 특정의 브랜드를 지정할 수 있다. 최종 사용자는 지정된 제품 카테고리에 대한 속성들 중 어느 것에 대해서도 값을 지정하지 않거나 그 중 일부 또는 전부에 대한 값을 지정할 수 있다. 이어서 블록(410)에서, 제품 요청이 생성된다. 제품 요청은 최종 사용자가 지정한 제품 카테고리는 물론, 최종 사용자가 지정한 임의의 속성 선택을 포함하고 있다. 블록(412)에 나타낸 바와 같이, 제품 요청이, 예를 들어, 도 3의 데이터 저장소(310)에 저장된다.

[0048] 최종 사용자가 제품 요청을 지정한 후에, 광고 시스템은 최종 사용자에게 전달할 광고를 생성할 수 있다. 앞서 살펴본 바와 같이, 광고 시스템은 광고주가 최종 사용자에게 광고를 제공하기 위해 3가지 모드(수동 모드, 반자동 모드 및 완전 자동 모드를 포함함)로 광고 시스템과 상호작용할 수 있게 해줄 수 있다. 도 5, 도 6 및 도 7을 참조하여 3가지 방식에 대해 이제부터 설명할 것이다.

[0049] 먼저 도 5를 참조하면, 광고주가 최종 사용자에게 광고를 제공하기 위해 수동 모드로 광고 시스템과 상호작용할 수 있게 해주는 방법(500)을 나타내는 흐름도가 제공되어 있다. 블록(502)에 나타낸 바와 같이, 광고 시스템은 광고주가 제품 요청을 브라우징 및/또는 검색할 수 있게 해준다. 도 3을 참조하여 설명한 바와 같이, 광고 시스템(300)과 같은 광고 시스템은 최종 사용자로부터 수신된 제품 요청을 데이터 저장소(310)와 같은 데이터 저장소에 저장할 수 있다. 각각의 제품 요청은 제품 요청에 대해 최종 사용자에 의해 지정된 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 임의의 연관된 속성을 나타낸다. 광고주가 그 제품 요청을 브라우징 및/또는 검색할 수 있게 해주는 사용자 인터페이스가 광고 시스템에 의해 제공될 수 있다. 광고주는 특정 제품 또는 카테고리 및 연관된 속성을 포함하는 각각의 제품 요청의 상세를 볼 수 있다.

[0050] 블록(504)에 나타낸 바와 같이, 광고주는 광고를 제공하고자 하는 특정의 제품 요청을 수동으로 선택한다. 블록(506)에 나타낸 바와 같이, 이어서 제품 요청 및 광고주에 의해 제공된 광고 정보에 기초하여 광고가 생성된다. 일부 실시예에서, 광고주는 광고를 생성하기 위해 광고 시스템에 의해 사용되는 정보를 제공할 수 있다. 다른 실시예에서, 광고주는 특정의 광고를 광고 시스템에 업로드하고, 광고 시스템은 광고 시스템 요구사항에 따라 광고의 형식을 설정(formatting)할 수 있다.

[0051] 블록(508)에 나타낸 바와 같이, 광고 시스템은 그 다음에 제품 요청과 연관된 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해준다. 광고는 본 발명의 실시예들의 범위 내에서 다수의 서로 다른 방식으로 최종 사용자에게 전달될 수 있다. 예를 들어, 일 실시예에서, 광고 시스템은, 예를 들어, 전자메일 또는 RSS 피드와 같은 임의의 수의 전달 메커니즘을 사용하여, 선제적으로 광고를 최종 사용자에게 전달할 수 있다. 일부 실시예에서, 최종 사용자는 바람직한 전달 메커니즘을 지정할 수 있다. 다른 실시예에서, 실제의 광고를 전송하는 대신에, 광고 시스템은 광고가 이용가능하다는 것을 나타내는 통지를 최종 사용자에게 전송할 수 있다. 최종 사용자는 이어서 광고를 보기 위해 광고 시스템에서의 최종 사용자의 계정에 액세스해야만 할지도 모른다.

[0052] 도 6을 참조하면, 본 발명의 일 실시예에 따른, 제품 요청에 대한 광고를 반자동 모드로 제공하는 방법(600)을 나타낸 흐름도가 제공되어 있다. 블록(602)에 나타낸 바와 같이, 광고 시스템은 광고주가 하나 이상의 특정 제품 및/또는 하나 이상의 제품 카테고리를 선택할 수 있게 해준다. 상세하게는, 이것에 의해 광고주는 어떤 유형의 제품 요청에 대해 광고로 응답하고자 할지를 나타낼 수 있게 된다. 특정 제품 선택을 위해, 광고 시스템은 광고주가 보고 선택할 수 있는 특정 제품의 목록을 유지할 수 있다. 그에 부가하여 또는 다른 대안으로서, 광고주는 특정 제품을 입력할 수 있다. 제품 카테고리에 대해, 광고 시스템은 제품 카테고리 계층구조를 유지한다. 광고주는 제품 카테고리 계층구조를 브라우징 및/또는 검색하고 하나 이상의 제품 카테고리를 선택할 수

있다. 광고주는, 제품 요청이 수신되기 이전 또는 그 이후를 비롯하여 언제라도, 특정 제품 및/또는 제품 카테고리 선택을 할 수 있다. 광고 시스템은 광고주의 선택을 저장한다. 그에 따라, 광고 시스템은 제품 요청을 광고주에 의해 선택된 특정 제품 및/또는 제품 카테고리와 매칭시킬 수 있다.

[0053] 블록(604)에 나타낸 바와 같이, 광고 시스템은 광고주에 의해 선택된 특정 제품 또는 제품 카테고리와 일치하는 특정 제품 또는 제품 카테고리를 포함하는 제품 요청을 식별한다. 블록(606)에 나타낸 바와 같이, 일치하는 것에 기초하여, 광고가 생성된다. 제품 요청(특정 제품 또는 카테고리 및 지정된 속성을 포함함) 및 광고주로부터의 광고 정보에 기초하여 광고가 생성된다. 상세하게는, 광고주는 각종의 광고 정보를 광고 시스템에 제공한다. 제품 요청의 상세에 기초하여, 광고를 생성하기 위해 특정의 광고 정보가 선택될 수 있다. 이러한 방식으로, 제품 요청에 맞춰 상세히 타겟팅되어 있는 광고가 생성된다.

[0054] 블록(608)에 나타낸 바와 같이, 광고 시스템은 그 다음에 제품 요청과 연관된 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해준다. 상기한 바와 같이, 광고는 본 발명의 실시예들의 범위 내에서 다수의 서로 다른 방식으로 최종 사용자에게 전달될 수 있다. 예를 들어, 일 실시예에서, 광고 시스템은, 예를 들어, 전자메일 또는 RSS 피드와 같은 임의의 수의 전달 메커니즘을 사용하여, 선제적으로 광고를 최종 사용자에게 전달할 수 있다. 일부 실시예에서, 최종 사용자는 바람직한 전달 메커니즘을 지정할 수 있다. 다른 실시예에서, 실제의 광고를 전송하는 대신에, 광고 시스템은 광고가 이용가능하다는 것을 나타내는 통지를 최종 사용자에게 전송할 수 있다. 최종 사용자는 이어서 광고를 보기 위해 광고 시스템에서의 최종 사용자의 계정에 액세스해야만 할지도 모른다.

[0055] 도 7을 참조하면, 본 발명의 일 실시예에 따른, 제품 요청에 대한 광고를 완전 자동 모드로 제공하는 방법(700)을 나타낸 흐름도가 제공되어 있다. 블록(702)에 나타낸 바와 같이, 완전 자동 모드에서, 광고 시스템은 광고주가 제품 재고 정보를 제공할 수 있게 해준다. 예를 들어, 광고주는 광고주의 제품 재고의 일부 또는 전부에 관한 정보를 업로드할 수 있다. 광고주는, 제품 요청이 수신되기 이전 또는 그 이후를 비롯하여 언제라도, 제품 재고 정보를 제공할 수 있다. 블록(704)에 나타낸 바와 같이, 광고 시스템은 광고주의 제품 재고 정보를, 예를 들어, 도 3의 데이터 저장소(310)와 같은 연관된 데이터 저장소에 저장한다. 그에 따라, 광고 시스템은 제품 요청을 광고주에 의해 제공된 제품 재고 정보와 매칭할 수 있다.

[0056] 블록(706)에 나타낸 바와 같이, 광고 시스템은 특정의 제품 요청을 제품 재고 정보의 일부분과 매칭시킨다. 상세하게는, 광고 시스템은 제품 요청으로부터의 특정 제품 또는 제품 카테고리 및 연관된 속성을 사용하여 일치하는 제품 재고 정보를 찾아낸다. 블록(710)에 나타낸 바와 같이, 광고 시스템은 이어서 제품 요청의 상세 및 일치하는 제품 재고 정보에 기초하여 광고를 생성한다. 그에 따라, 생성된 광고가 제품 요청에 맞춰 상세히 타겟팅되어 있다.

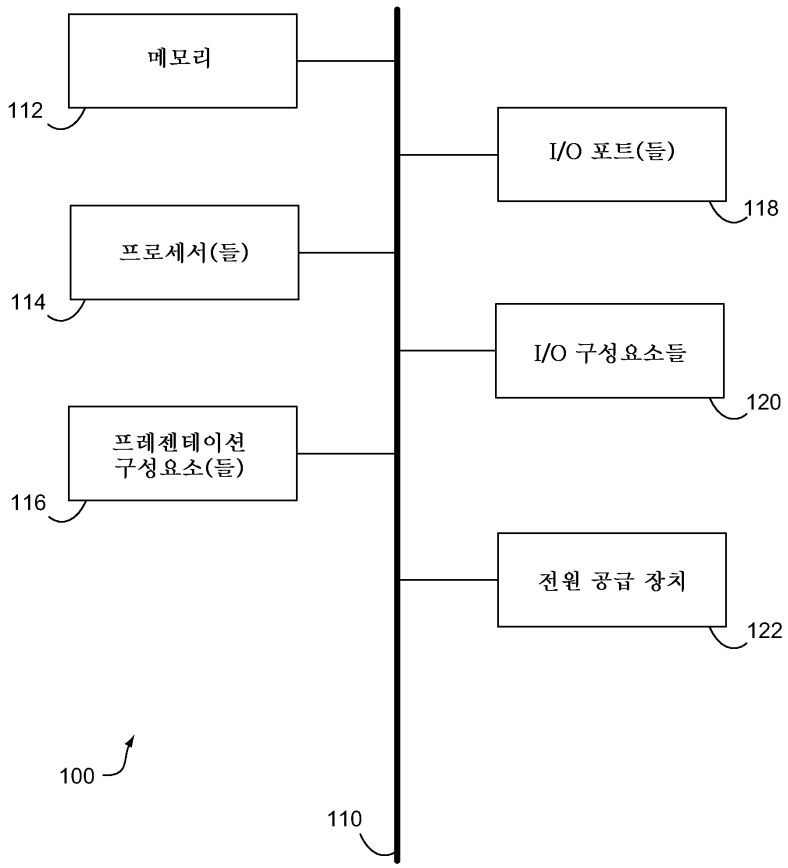
[0057] 블록(712)에 나타낸 바와 같이, 광고 시스템은 그 다음에 제품 요청과 연관된 최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해준다. 상기한 바와 같이, 광고는 본 발명의 실시예들의 범위 내에서 다수의 서로 다른 방식으로 최종 사용자에게 전달될 수 있다. 예를 들어, 일 실시예에서, 광고 시스템은, 예를 들어, 전자메일 또는 RSS 피드와 같은 임의의 수의 전달 메커니즘을 사용하여, 선제적으로 광고를 최종 사용자에게 전달할 수 있다. 일부 실시예에서, 최종 사용자는 바람직한 전달 메커니즘을 지정할 수 있다. 다른 실시예에서, 실제의 광고를 전송하는 대신에, 광고 시스템은 광고가 이용가능하다는 것을 나타내는 통지를 최종 사용자에게 전송할 수 있다. 최종 사용자는 이어서 광고를 보기 위해 광고 시스템에서의 최종 사용자의 계정에 액세스해야만 할지도 모른다.

[0058] 잘 알 수 있는 바와 같이, 본 발명의 실시예는 최종 사용자 제품 관심 및 요망에 맞춰 구체적으로 타겟팅되어 있는 광고를 제공하는 광고 시스템을 제공한다. 본 발명이 모든 점에서 제한적인 것이 아니라 예시적인 것으로 보아야 하는 특정의 실시예들에 관해 기술되어 있다. 대안의 실시예들이 본 발명의 범위를 벗어나지 않고 본 발명과 관련된 기술 분야의 당업자에게는 명백하게 될 것이다.

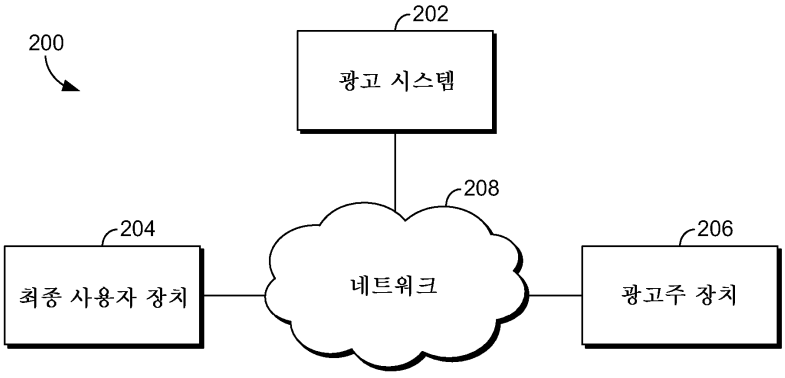
[0059] 이상으로부터, 본 발명이 이 시스템 및 방법에 본질적이고 또 명백한 다른 이점들과 함께 이상에서 기술한 모든 목적들을 달성하도록 잘 구성되어 있다는 것을 잘 알 것이다. 어떤 특징들 및 서브컴비네이션들이 유용하고 또 다른 특징들 및 서브컴비네이션들을 참조하지 않고 이용될 수 있다는 것을 잘 알 것이다. 이것은 청구항들에서 고려되고 있으며 또 청구항들의 범위 내에 속한다.

도면

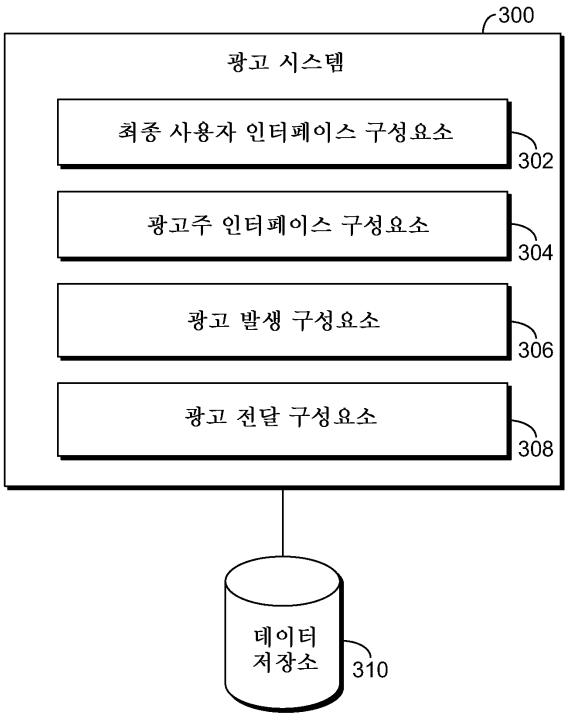
도면1


메모리
112
I/O 포트(들)
118
프로세서(들)
114
I/O 구성요소들
120
프레젠테이션
구성요소(들)
116
전원 공급 장치
122
100
110

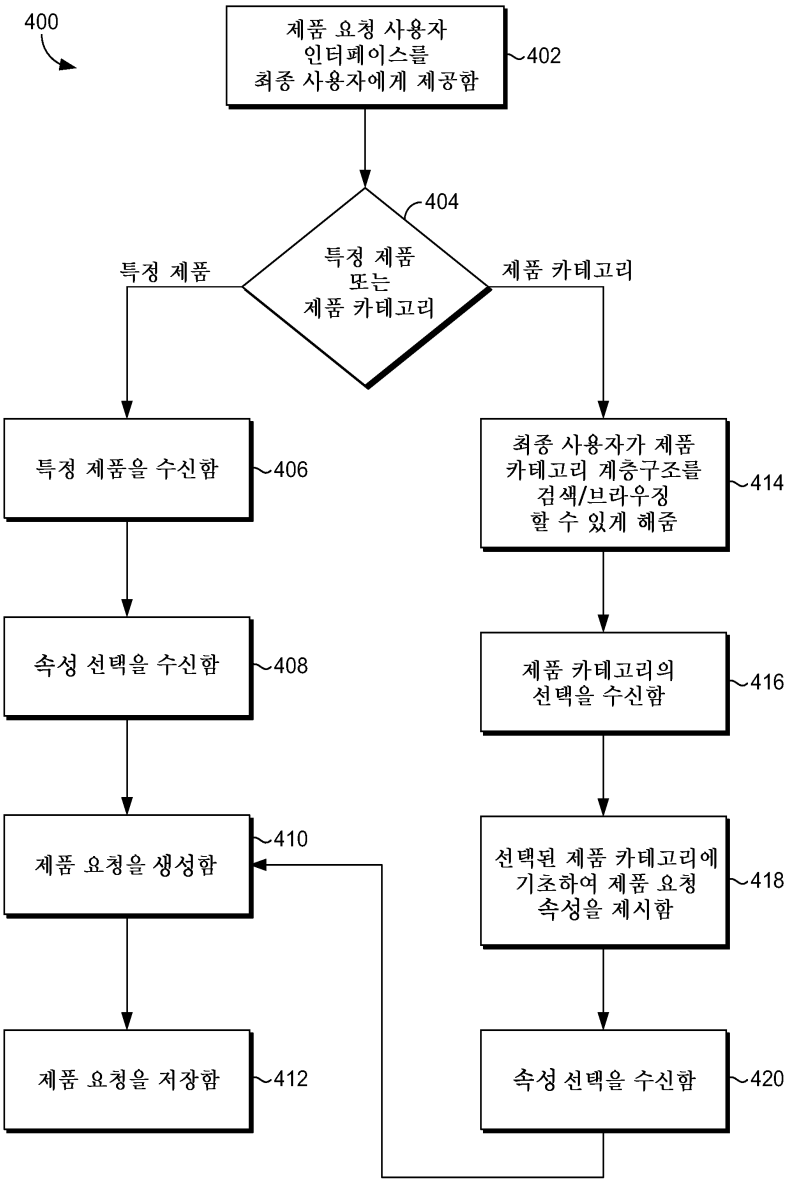
도면2


200
202
광고 시스템
208
204
206
최종 사용자 장치
네트워크
광고주 장치

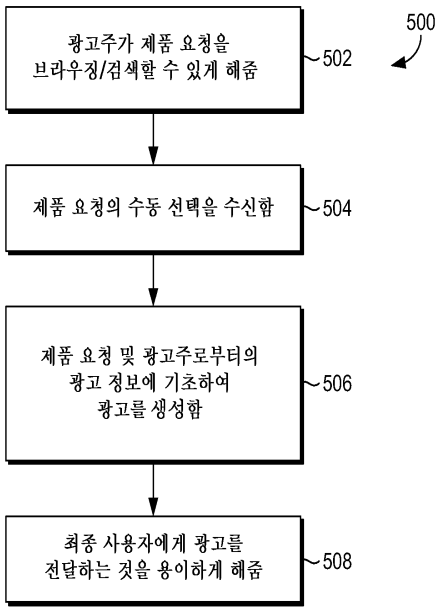
도면3


300
광고 시스템
최종 사용자 인터페이스 구성요소
302
광고주 인터페이스 구성요소
304
광고 발생 구성요소
306
광고 전달 구성요소
308
데이터 저장소
310

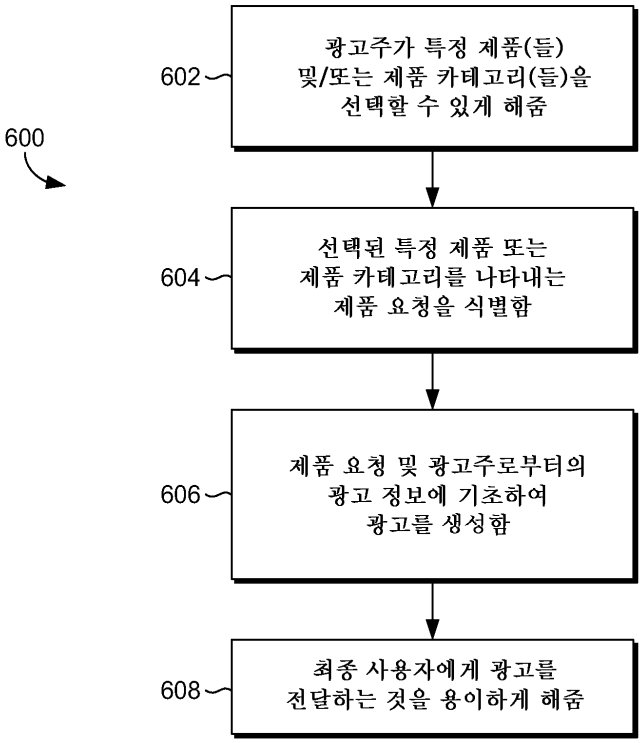
도면4


400
제품 요청 사용자
인터페이스를
최종 사용자에게 제공함
402
404
특정 제품
또는
제품 카테고리
특정 제품
제품 카테고리
특정 제품을 수신함
406
속성 선택을 수신함
408
제품 요청을 생성함
410
제품 요청을 저장함
412
최종 사용자가 제품
카테고리 계층구조를
검색/브라우징
할 수 있게 해줌
414
제품 카테고리의
선택을 수신함
416
선택된 제품 카테고리에
기초하여 제품 요청
속성을 제시함
418
속성 선택을 수신함
420

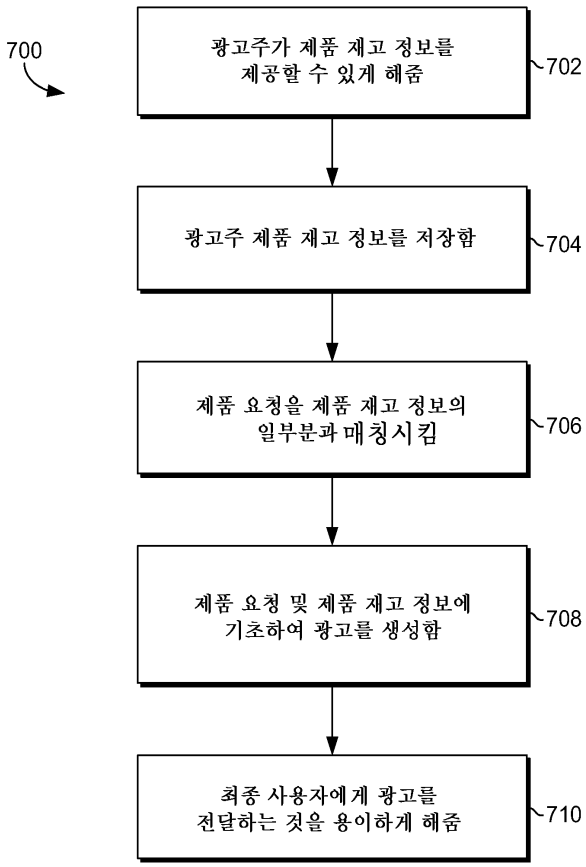
도면5


500
광고주가 제품 요청을 브라우징/검색할 수 있게 해줌
502
제품 요청의 수동 선택을 수신함
504
제품 요청 및 광고주로부터의 광고 정보에 기초하여 광고를 생성함
506
최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해줌
508

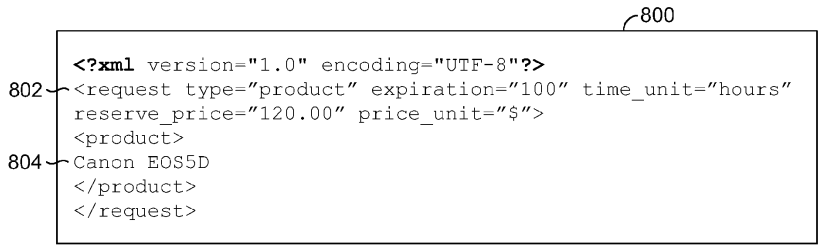
도면6


600
602
광고주가 특정 제품(들) 및/또는 제품 카테고리(들)을 선택할 수 있게 해줌
604
선택된 특정 제품 또는 제품 카테고리를 나타내는 제품 요청을 식별함
606
제품 요청 및 광고주로부터의 광고 정보에 기초하여 광고를 생성함
608
최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해줌

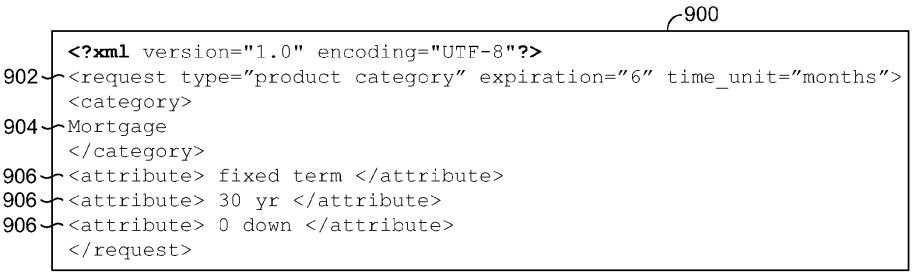
도면7


700
광고주가 제품 재고 정보를 제공할 수 있게 해줌
702
광고주 제품 재고 정보를 저장함
704
제품 요청을 제품 재고 정보의 일부분과 매칭시킴
706
제품 요청 및 제품 재고 정보에 기초하여 광고를 생성함
708
최종 사용자에게 광고를 전달하는 것을 용이하게 해줌
710

도면8


800
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
802
<request type="product" expiration="100" time_unit="hours"
reserve_price="120.00" price_unit="$">
<product>
804
Canon EOS5D
</product>
</request>

도면9


900
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
902
<request type="product category" expiration="6" time_unit="months">
<category>
904
Mortgage
</category>
906
<attribute> fixed term </attribute>
906
<attribute> 30 yr </attribute>
906
<attribute> 0 down </attribute>
</request>