

【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7部門第3区分

【発行日】平成23年5月26日(2011.5.26)

【公表番号】特表2010-524352(P2010-524352A)

【公表日】平成22年7月15日(2010.7.15)

【年通号数】公開・登録公報2010-028

【出願番号】特願2010-502304(P2010-502304)

【国際特許分類】

H 04 N 7/173 (2011.01)

G 06 Q 30/00 (2006.01)

【F I】

H 04 N 7/173 6 1 0 Z

G 06 F 17/60 3 2 6

【手続補正書】

【提出日】平成23年4月4日(2011.4.4)

【手続補正1】

【補正対象書類名】特許請求の範囲

【補正対象項目名】全文

【補正方法】変更

【補正の内容】

【特許請求の範囲】

【請求項1】

テレビ広告空き枠を識別するステップと、

前記テレビ広告空き枠に関連するコンテキストを識別するステップと、

テレビ広告に関連するテレビ広告パラメータを受け取るステップと、

品質スコアを受け取るステップであって、各品質スコアはテレビ広告に関連しており、各テレビ広告の各品質スコアは、テレビチャンネルにおけるテレビ広告の番組放送からの前記テレビ広告のインプレッションの測定に関連したインプレッションデータから取得され、前記インプレッションデータは、テレビ広告に関する信頼できるインプレッションの数を前記テレビ広告についての受信されたインプレッションの総数で割った割合である履歴インプレッション率を定義するデータであり、本ステップにおいて、信頼できるインプレッションのそれぞれは、1人以上が視聴した可能性の高いインプレッションであると判断される条件を満たすインプレッションであり、各インプレッションの測定は、テレビ広告がテレビチャンネル上で放送されているときの、視聴装置におけるテレビチャンネルのチャンネルが合わされている状態に依存している、ステップと、

複数の前記テレビ広告から前記テレビ広告空き枠中に放映する1つまたは複数のテレビ広告を選択するステップであって、前記選択が前記テレビ広告空き枠、前記コンテキスト、各テレビ広告の前記品質スコアおよび各テレビ広告の前記広告パラメータに基づく、ステップと

を備え、

前記テレビ広告パラメータは、各テレビ広告について付けられたアクション当たりの最大コストを含み、

1つまたは複数のテレビ広告を選択するステップは、

各テレビ広告について、前記テレビ広告のオーケーションランクを決定するために、前記テレビ広告に付けられたアクション当たりの最大コストに、前記テレビ広告の品質スコアを掛けるステップと、

前記1つまたは複数のテレビ広告として最高のオーケーションランクの1つまたは複数のテレビ広告を選択するステップと

を備える

を備えるコンピュータ実施方法。

【請求項 2】

前記テレビ広告空き枠に関連するコンテキストを識別するステップは、

前記テレビ広告空き枠に関連するテレビ番組を識別するステップを備える、

請求項1に記載の方法。

【請求項 3】

テレビ広告に関連するテレビ広告パラメータを受け取るステップは、前記テレビ広告に関連する頻度値を受け取るステップを備え、

前記頻度値のそれぞれは、1時間当たりの対応する広告を示す割合を特定しており、

前記広告空き枠中に放映する1つまたは複数のテレビ広告を選択するステップは、反復閾値を超える関連する頻度値を有するテレビ広告が選択されないようにするステップを備える、

請求項1に記載の方法。

【請求項 4】

テレビ広告に関連するテレビ広告パラメータを受け取るステップは、前記広告に関連する競争制限を受け取るステップを備え、

前記競争制限は、テレビ広告における広告空き枠ウィンドウを示すものから他の広告が除外されるように、各広告について定義し、

前記テレビ広告空き枠中に放映する1つまたは複数のテレビ広告を選択するステップは

、前記テレビ広告空き枠のテレビ広告空き枠ウィンドウを識別するステップと、
前記テレビ広告空き枠ウィンドウの間に放映するために選択されるテレビ広告に関連する前記競争制限を識別するステップと、

前記テレビ広告空き枠ウィンドウの間に放映するために選択される前記テレビ広告の前記競争制限を除いて、関連する競争制限を有するテレビ広告が選択されないようにするステップとを備える、

請求項1に記載の方法。

【請求項 5】

テレビ広告に関連するテレビ広告パラメータを受け取るステップは、前記広告に関連する広告予算データを受け取るステップを備え、

前記広告空き枠中に放映する1つまたは複数のテレビ広告を選択するステップは、

前記予算データに基づいてテレビ広告の選択を制限するステップを備える、

請求項1に記載の方法。

【請求項 6】

テレビ広告に関連するテレビ広告パラメータを受け取るステップは、前記テレビ広告に関連する地理データを受け取るステップを備え、

前記テレビ広告空き枠中に放映する1つまたは複数のテレビ広告を選択するステップは、前記地理データに基づいて、テレビ広告が選択されないようにするステップを備える、
請求項1に記載の方法。

【請求項 7】

テレビ広告報告を受け取るステップと、

前記テレビ広告報告に基づいて、前記選択された1つまたは複数のテレビ広告が前記テレビ広告空き枠中に放映されたかどうか判断するステップと
を備える、請求項1に記載の方法。

【請求項 8】

前記テレビ広告空き枠の前にテレビプロバイダに前記テレビ広告を提供するステップを備える、請求項1に記載の方法。

【請求項 9】

テレビ広告識別子を前記テレビ広告に関連付けるステップと、

前記選択された1つまたは複数のテレビ広告の前記テレビ広告識別子を前記テレビプロバイダに提供するステップと
を備える、請求項8に記載の方法。

【請求項10】

前記テレビ広告空き枠がテレビ広告ポッドを含む、
請求項1に記載の方法。

【請求項11】

前記テレビ広告がテレビコマーシャルを含む、
請求項1に記載の方法。

【請求項12】

前記テレビ広告がオーバーレイを含む、
請求項1に記載の方法。

【請求項13】

前記テレビ広告がテキストストリームを含む、
請求項1に記載の方法。

【請求項14】

前記テレビ広告空き枠に関連するコンテキストを識別するステップは、
前記テレビ広告空き枠に関連するテレビネットワークを識別するステップを備える、
請求項1に記載の方法。

【請求項15】

テレビプロバイダから、テレビ広告空き枠を定義するテレビ広告要求を受け取り、
前記テレビ広告要求に基づいて候補テレビ広告データの要求を発行し、
前記候補テレビ広告データ要求に応答して候補テレビ広告データを受け取り、
前記候補テレビ広告データは、候補テレビ広告に対応し、
前記候補テレビ広告にそれぞれ関連している複数の品質スコアを受け取り、
各候補テレビ広告の各品質スコアは、テレビチャンネルにおける候補テレビ広告の番組放送からの前記候補テレビ広告のインプレッションを測定した値であるインプレッションデータから取得され、

前記インプレッションデータは、候補テレビ広告に関する信頼できるインプレッションの数を前記候補テレビ広告についての受信されたインプレッションの総数で割った割合である履歴インプレッション率を定義するデータであり、

信頼できるインプレッションのそれぞれは、1人以上が視聴した可能性の高いインプレッションであると判断される条件を満たすインプレッションであり、各インプレッションの測定は、候補テレビ広告がテレビチャンネル上で放送されているときの、視聴装置におけるテレビチャンネルのチャンネルが合わされている状態に依存しており、

複数の前記候補テレビ広告から前記候補テレビ広告空き枠中に放映する1つまたは複数の候補テレビ広告を選択し、前記選択が前記候補テレビ広告空き枠、前記コンテキスト、各候補テレビ広告の前記品質スコアおよび前記候補テレビ広告データに基づき、

前記候補テレビ広告データは、各候補テレビ広告について付けられたアクション当たりの最大コストを含み、

各候補テレビ広告の各品質スコアを、前記候補テレビ広告のインプレッションの測定値であるインプレッションデータから取得し、

前記複数の前記テレビ広告から1つまたは複数の候補テレビ広告を選択する手段は、各候補テレビ広告について、前記候補テレビ広告のオーフィッシュランクを決定するために、前記候補テレビ広告に付けられたアクション当たりの最大コストに、前記候補テレビ広告の品質スコアを掛ける手段と、

前記1つまたは複数の候補テレビ広告として最高のオーフィッシュランクの1つまたは複数の候補テレビ広告を選択する手段とを備えるように構成されたテレビ広告スケジューリング装置を備えるシステム。

【請求項 16】

テレビ広告に関するテレビ広告データを格納し、
前記テレビ広告スケジューリング装置から前記候補テレビ広告データ要求を受け取り、
前記テレビ広告データに基づいて、前記候補テレビ広告データ要求に応答して候補テレビ広告データを識別し、
前記テレビ広告スケジューリング装置に前記候補テレビ広告データを提供するように構成されたテレビ広告候補装置
を備える、請求項15に記載のシステム。

【請求項 17】

前記テレビ広告データは、前記テレビ広告に関する予算データ、前記テレビ広告に関するアクション単価データ、前記テレビ広告に関する品質データ、または前記テレビ広告に関するターゲティングデータのうちの1つまたは複数をさらに含む、
請求項16に記載のシステム。

【請求項 18】

前記付けられたアクション当たりの最大コストがインプレッション当たりの最大支払額を定義するように構成される、
請求項15に記載のシステム。

【請求項 19】

テレビ広告報告データを受け取り、
前記テレビ広告報告データに基づいて、前記選択されたテレビ広告が放映されたかどうか判断するように構成されたテレビ広告検証装置
を備える、請求項16に記載のシステム。

【請求項 20】

テレビプロバイダに配信可能なテレビプロバイダエージェントを備え、それぞれのテレビプロバイダエージェントは、
前記テレビ広告スケジューリング装置にテレビプロバイダのテレビ広告要求を提供し、
前記テレビ広告検証装置に前記テレビプロバイダのテレビ広告報告データを提供するように構成される、
請求項19に記載のシステム。

【請求項 21】

広告時間帯を識別するステップと、
各テレビ広告のアクション単価パラメータを含む、テレビ広告に関するテレビ広告パラメータを識別するステップと、
前記テレビ広告に関する品質スコアを識別するステップであって、各品質スコアは、テレビ広告に対応しているとともに、テレビチャンネルにおけるテレビ広告の番組放送からの前記テレビ広告のインプレッションの測定値であるインプレッションデータから取得され、前記インプレッションデータは、テレビ広告に関する信頼できるインプレッションの数を前記テレビ広告についての受信されたインプレッションの総数で割った割合である履歴インプレッション率を定義するデータであり、本ステップにおいて、信頼できるインプレッションのそれは、1人以上が視聴した可能性の高いインプレッションであると判断される条件を満たすインプレッションであり、各インプレッションの測定は、テレビ広告がテレビチャンネル上で放送されているときの、視聴装置におけるテレビチャンネルのチャンネルが合わされている状態に依存している、ステップと、

前記アクション単価パラメータに基づいて前記広告時間帯をオークションにかけるステップであって、各テレビ広告について、前記テレビ広告のアクション単価パラメータに、前記広告の品質スコアを掛け、該乗算の結果に基づいて前記テレビ広告のオークションランクを生成するステップと、

前記テレビ広告の前記オークションランクに基づいて、前記広告時間帯中に放映する1つまたは複数のテレビ広告を選択するステップと
を備えるコンピュータ実施方法。

【請求項 2 2】

各テレビ広告の前記アクション単価パラメータが前記テレビ広告についてのインプレッション当たりの最大コストを含む、

請求項21に記載の方法。

【請求項 2 3】

前記テレビ広告パラメータが各広告のターゲティングパラメータを含む、

請求項22に記載の方法。

【請求項 2 4】

前記広告時間帯に関連するコンテキストを識別するステップと、

前記識別されたコンテキストおよび前記ターゲティングパラメータに基づいて各広告の関連性測度を決定するステップと

を備える、請求項23に記載の方法。

【請求項 2 5】

前記アクション単価パラメータに基づいて前記広告時間帯をオークションにかけるステップは、各広告の前記アクション単価パラメータおよび前記関連性測度の関数に基づいて前記広告時間帯をオークションにかけるステップを備える、

請求項23に記載の方法。

【請求項 2 6】

前記テレビ広告パラメータが各テレビ広告用の制限パラメータを含み、

前記アクション単価パラメータに基づいて前記広告時間帯をオークションにかけるステップは、各広告の前記アクション単価パラメータおよび前記制限パラメータに基づいて前記広告時間帯をオークションにかけるステップを備える、

請求項22に記載の方法。

【請求項 2 7】

前記制限パラメータが頻度上限パラメータを含み、

前記頻度上限パラメータが、前記広告が最後に放送された時からの時間に基づき広告のスケジューリングのためのリミットを定義する、

請求項26に記載の方法。

【請求項 2 8】

前記制限パラメータが競争制限パラメータを含み、

前記頻度上限パラメータが、前記テレビ広告における広告空き枠ウィンドウを示すものから他の広告が除外されるように、各広告について定義し、

各広告の前記アクション単価パラメータおよび前記制限パラメータに基づいて前記広告時間帯をオークションにかけるステップは、前記テレビ広告空き枠ウィンドウで選択された前記テレビ広告の競争制限を除き、競争制限に関連する他のテレビ広告の選択を除外するステップを備える、請求項26に記載の方法。

【請求項 2 9】

各広告の前記品質スコアは、前記テレビ広告の間に視聴者がチャンネルを変える確率に基づく、

請求項21に記載の方法。

【請求項 3 0】

各テレビ広告の前記品質スコアは、前記テレビ広告の間に視聴者がチャンネルを変える確立に基づいている、

請求項1に記載の方法。

【請求項 3 1】

各テレビ広告の前記品質スコアは、前記テレビ広告の間に視聴者がチャンネルを変える確立に基づいている、

請求項15に記載のシステム。