

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特許公報(B2)

(11) 特許番号

特許第5677854号
(P5677854)

(45) 発行日 平成27年2月25日(2015.2.25)

(24) 登録日 平成27年1月9日(2015.1.9)

(51) Int. Cl. F I
G06Q 30/02 (2012.01)
 G06Q 30/02 100
 G06Q 30/02 150

請求項の数 63 (全 44 頁)

(21) 出願番号	特願2010-545143 (P2010-545143)	(73) 特許権者	595020643
(86) (22) 出願日	平成21年1月29日 (2009.1.29)		クアアルコム・インコーポレイテッド
(65) 公表番号	特表2011-525259 (P2011-525259A)		QUALCOMM INCORPORATED
(43) 公表日	平成23年9月15日 (2011.9.15)		ED
(86) 国際出願番号	PCT/US2009/032378		アメリカ合衆国、カリフォルニア州 92
(87) 国際公開番号	W02009/099876		121-1714、サン・ディエゴ、モア
(87) 国際公開日	平成21年8月13日 (2009.8.13)		ハウス・ドライブ 5775
審査請求日	平成22年10月4日 (2010.10.4)	(74) 代理人	100108855
審査番号	不服2013-23045 (P2013-23045/J1)		弁理士 蔵田 昌俊
審査請求日	平成25年11月25日 (2013.11.25)	(74) 代理人	100109830
(31) 優先権主張番号	61/025, 632		弁理士 福原 淑弘
(32) 優先日	平成20年2月1日 (2008.2.1)	(74) 代理人	100103034
(33) 優先権主張国	米国 (US)		弁理士 野河 信久
(31) 優先権主張番号	12/361, 415	(74) 代理人	100075672
(32) 優先日	平成21年1月28日 (2009.1.28)		弁理士 峰 隆司
(33) 優先権主張国	米国 (US)		最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 プロモーションの永続的なマイクロ・ターゲティング及びモバイル広告のためのプラットフォーム

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】

広告コンテンツを第1または第2のクライアントデバイス上で提示する方法であって、第1コンピューティング環境内で、選択された広告をユーザに提示する機会を決定するために、前記第1クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを前記第1クライアントデバイスにおいて監視することと、

広告ターゲットを満たすか否かを判断するために、前記選択された広告の前記ユーザへの露出を表すエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された機会に基づいて、前記第1クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を前記第1クライアントデバイスにおいて提示することと、

第2コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記第2クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを前記第2クライアントデバイスにおいて監視することと、

前記広告ターゲットを満たすか否かを判断するために前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された別の機会に基づいて、前記第2クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を前記第2クライアントデバイスにおいて提示することと

を備える方法。

【請求項2】

前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、前記第1クライア

ントデバイスのユーザインターフェース上に与えられたアプリケーションの前記第1 コンピューティング環境内でのユーザ・インタラクションを前記第1クライアントデバイスにおいて監視することと、

前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記第1クライアントデバイスの前記ユーザインターフェース上に与えられた別のアプリケーションの前記第2 コンピューティング環境内でのユーザ・インタラクションを前記第1クライアントデバイスにおいて監視することと

を更に備える請求項1の方法。

【請求項3】

前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、ブラウザスクリーン、ワイヤレスデバイスメニュースクリーン、及びゲームコンソールスクリーンからなるグループのうちの選択された1つの前記第1 コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションを前記第1クライアントデバイスにおいて監視することと、

前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記グループのうちの別の1つの前記第2 コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションを前記第1クライアントデバイスにおいて監視することと

を更に備える請求項2の方法。

【請求項4】

前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、前記第1クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられたアプリケーションの前記第1 コンピューティング環境内でのユーザ・インタラクションを前記第1クライアントデバイスにおいて監視することと、

前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記第2クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられた別のアプリケーションの前記第2 コンピューティング環境内でのユーザ・インタラクションを前記第2クライアントデバイスにおいて監視することと

を更に備える請求項1の方法。

【請求項5】

モバイル通信デバイスを備える前記第1クライアントデバイスの地理的ロケーションを前記第1クライアントデバイスにおいて感知することと、

前記第2クライアントデバイスに対する前記第1クライアントデバイスの、物理的な近接度を前記第1クライアントデバイスにおいて決定することと

を更に備える請求項4の方法。

【請求項6】

提示された回数の総数によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを前記第1または第2クライアントデバイスにおいて追跡すること、を更に備える請求項1の方法。

【請求項7】

継続期間によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを前記第1または第2クライアントデバイスにおいて追跡すること、を更に備える請求項1の方法。

【請求項8】

前記継続期間と、提示された回数の総数との両方によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを前記第1または第2クライアントデバイスにおいて追跡すること、を更に備える請求項7の方法。

【請求項9】

前記ユーザを特徴付けるために、前記第1または第2クライアントデバイスの、感知されたビヘイビア・データを前記第1または第2クライアントデバイスにおいて収集することと、

前記ユーザの前記特徴付けに基づいて選択された提示のための前記 広告を前記第1また

10

20

30

40

50

は第2クライアントデバイスにおいて受信することと、

有効性を示すために、前記第1または第2クライアントデバイスにおいて、時間的に近接するユーザ・レスポンスを前記広告の提示に相関させ、報告することと

を更に備える請求項1の方法。

【請求項10】

前記第1または第2クライアントデバイスにおいて、前記第1または第2クライアントデバイスのロケーションを、前記広告に関連するビジネスのロケーションに相関させることにより、前記ユーザを特徴付けること、を更に備える請求項9の方法。

【請求項11】

前記ユーザ・インタラクションを監視することは、前記第1または第2クライアントデバイスのユーザインターフェースに対する、最近のユーザの制御入力を検出すること、を備える請求項1の方法。

【請求項12】

有効性を示すために、前記第1または第2クライアントデバイスにおいて、時間的に近接するユーザ・レスポンスを前記広告の提示に相関させ、報告すること、を更に備える請求項1の方法。

【請求項13】

前記第1または第2クライアントデバイスにおいて、ユーザ・インタラクションを検出することにより、前記ユーザ・レスポンスを、前記第1または第2クライアントデバイスのユーザインターフェース上に前記提示された広告に相関させ、報告すること、を更に備える請求項12の方法。

【請求項14】

前記第1または第2クライアントデバイスにおいて、モバイル通信デバイスを備える前記第1クライアントデバイスのロケーションを、前記広告に関連付けられたビジネスに対応すると特定することにより、前記ユーザ・レスポンスを相関させ、報告すること、を更に備える請求項12の方法。

【請求項15】

前記第1または第2クライアントデバイスにおいて、前記広告に関連付けられたビジネスに前記ユーザがコールしたと決定することにより、前記ユーザ・レスポンスを相関させ、報告すること、を更に備える請求項12の方法。

【請求項16】

前記第1または第2クライアントデバイスにおいて、前記広告に関連付けられたビジネスに自動的にダイヤルする、前記広告内のリンクを、前記ユーザが活性化させたと決定することにより、前記ユーザ・レスポンスを相関させ、報告すること、を更に備える請求項12の方法。

【請求項17】

前記第1または第2クライアントデバイスのユーザインターフェースを介した更なるアクセスのために、前記第1または第2クライアントデバイスにおいて、前記広告を保存するための入力を、前記ユーザが行ったと決定することにより、前記ユーザ・レスポンスを相関させ、報告すること、を更に備える請求項12の方法。

【請求項18】

市場プラットフォームにおいて、ユーザの識別情報を削除することにより、前記ユーザ・レスポンスの前記報告を非個人化すること、を更に備える請求項12の方法。

【請求項19】

前記第1クライアントデバイスと前記第2クライアントデバイスは同じクライアントデバイスである請求項1の方法。

【請求項20】

前記第1クライアントデバイスと前記第2クライアントデバイスは同じクライアントデバイスではない請求項1の方法。

【請求項21】

10

20

30

40

50

前記第2コンピューティング環境は前記第1コンピューティング環境とは異なるタイプである請求項19の方法。

【請求項22】

前記第2コンピューティング環境は前記第1コンピューティング環境と同じタイプである請求項20の方法。

【請求項23】

前記第1及び第2コンピューティング環境は異なるタイプのコンピューティング環境である請求項1の方法。

【請求項24】

広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示するように構成された少なくとも1つのプロセッサであって、

第1コンピューティング環境内で、選択された広告をユーザに提示する機会を決定するために、前記クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視するモジュールと、

広告ターゲットを満たすか否かを判断するために、前記選択された広告の前記ユーザへの露出を表すエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するモジュールと、

第2コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視するモジュールと、

前記広告ターゲットを満たすか否かを判断するために前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された別の機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するモジュールと

を備えるプロセッサ。

【請求項25】

広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示するコンピュータ読み取り可能な記憶媒体であって、

第1コンピューティング環境内で、選択された広告をユーザに提示する機会を決定するために、前記クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視することをコンピュータに行わせるための少なくとも1つの命令と、

広告ターゲットを満たすか否かを判断するために、前記選択された広告の前記ユーザへの露出を表すエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示することをコンピュータに行わせるための少なくとも1つの命令と、

第2コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視することをコンピュータに行わせるための少なくとも1つの命令と、

前記広告ターゲットを満たすか否かを判断するために前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された別の機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示することをコンピュータに行わせるための少なくとも1つの命令と

を備えるコンピュータ読み取り可能な記憶媒体。

【請求項26】

広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示する装置であって、

第1コンピューティング環境内で、選択された広告をユーザに提示する機会を決定するために、前記クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視する手段と、

広告ターゲットを満たすか否かを判断するために、前記選択された広告の前記ユーザへの露出を表すエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示する手

10

20

30

40

50

段と、

第2コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視する手段と、

前記広告ターゲットを満たすか否かを判断するために前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された別の機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示する手段と

を備える装置。

【請求項27】

広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示する装置であって、

第1及び第2コンピューティング環境と、

前記第1及び第2コンピューティング環境の両方内で連続して広告を提示する機会を決定するために、前記第1及び第2コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションにตอบสนองするモニタコンポーネントと、

前記第1及び第2コンピューティング環境の両方内での提示により部分的に満たされたエクスポージャ・メトリックを決定する追跡コンポーネントと

を備え、

前記エクスポージャ・メトリックは、前記広告のユーザへの露出を表す装置。

【請求項28】

前記第1コンピューティング環境は、第1クライアントデバイスのユーザインターフェースを備え、

前記第2コンピューティング環境は、第2クライアントデバイスのユーザインターフェースを備える、請求項27の装置。

【請求項29】

モバイル通信デバイスを備える前記第1クライアントデバイスの地理的ロケーションを感知するロケーション感知コンポーネントと、

前記第2クライアントデバイスに対する前記第1クライアントデバイスの近接度を決定する物理的近接度コンポーネントと

を更に備える請求項28の装置。

【請求項30】

ブラウザスクリーン、ワイヤレスデバイスメニュースクリーン、及びゲームコンソールスクリーンからなるグループのうちの選択された少なくとも2つの前記第1及び第2コンピューティング環境を与えるユーザインターフェース、を更に備える請求項27の装置。

【請求項31】

提示された広告とのユーザ・インタラクションを実行可能な前記第1コンピューティング環境を与える第1クライアントデバイスのグラフィカルユーザインターフェース、を更に備える請求項27の装置。

【請求項32】

前記追跡コンポーネントは、提示された回数の総数によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを決定する、請求項27の装置。

【請求項33】

前記追跡コンポーネントは、継続期間によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを決定する、請求項27の装置。

【請求項34】

前記追跡コンポーネントは、前記継続期間と、提示された回数の総数との両方によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを決定する、請求項33の装置。

【請求項35】

広告コンテンツをクライアントデバイスに配信する方法であって、

前記クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をユーザに配信すること

10

20

30

40

50

と、

第1コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう第1クライアントデバイスに命令することと、

広告ターゲットを満たすか否かを判断するために、前記選択された広告の前記ユーザへの露出を表すエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された機会に基づいて、前記第1クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するよう前記第1クライアントデバイスに命令することと、

第2コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう第2クライアントデバイスに命令することと、

前記広告ターゲットを満たすか否かを判断するために前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された別の機会に基づいて、前記第2クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するよう前記第2クライアントデバイスに命令することと

を備える方法。

【請求項36】

前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、前記第1クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられたアプリケーションの前記第1コンピューティング環境内でのユーザ・インタラクションを監視するよう、前記第1クライアントデバイスに命令することと、

前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記第1クライアントデバイスの前記ユーザインターフェース上に与えられた別のアプリケーションの前記第2コンピューティング環境内でのユーザ・インタラクションを監視するよう、前記第2クライアントデバイスに命令することと

を更に備える請求項35の方法。

【請求項37】

前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、ブラウザスクリーン、ワイヤレスデバイスメニュースクリーン、またはゲームコンソールスクリーンからなるグループのうちの選択された1つの前記第1コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションを監視するよう、前記第1クライアントデバイスに命令することと、

前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記グループのうちの別の1つの前記第2コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションを監視するよう、前記第2クライアントデバイスに命令することと

を更に備える請求項36の方法。

【請求項38】

前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、前記第1クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられたアプリケーションの前記第1コンピューティング環境内でのユーザ・インタラクションの監視を命令することと、

前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、前記第2クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられた別のアプリケーションの前記第2コンピューティング環境内でのユーザ・インタラクションの監視を命令することと

を更に備える請求項35の方法。

【請求項39】

モバイル通信デバイスを備える前記第1クライアントデバイスの地理的ロケーションを決定することと、

前記第2クライアントデバイスに対する前記第1クライアントデバイスの、物理的な近接度を決定することと

を更に備える請求項38の方法。

【請求項40】

10

20

30

40

50

前記エクスポージャ・メトリックを、提示された回数の総数として広告ターゲットを定義する前記広告にタグ付けすること、を更に備える請求項 3 5 の方法。

【請求項 4 1】

前記エクスポージャ・メトリックを、継続期間として広告ターゲットを定義する前記広告にタグ付けすること、を更に備える請求項 3 5 の方法。

【請求項 4 2】

前記エクスポージャ・メトリックを、前記継続期間と、提示された回数の総数との両方として前記広告ターゲットを定義する前記広告にタグ付けすること、を更に備える請求項 4 1 の方法。

【請求項 4 3】

ビヘイビアに基づいて、前記第 1 クライアントデバイスの前記ユーザを特徴付けることと、

前記ユーザの前記特徴付けに基づいて、提示する広告を選択することと、
有効性を示すために、時間的に近接する、前記広告の提示に相関され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信することと
を更に備える請求項 3 5 の方法。

【請求項 4 4】

前記クライアントデバイスのロケーションを、前記広告に関連するビジネスのロケーションに相関させることにより、前記ユーザを特徴付けること、を更に備える請求項 4 3 の方法。

【請求項 4 5】

前記ユーザ・インタラクションの監視を命令することは、前記第 1 クライアントデバイスのユーザインターフェースに対する、最近のユーザの制御入力を検出すること、を備える請求項 3 5 の方法。

【請求項 4 6】

有効性を示すために、時間的に近接する、前記広告の提示に相関され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える請求項 3 5 の方法。

【請求項 4 7】

ユーザ・インタラクションを検出することにより、前記クライアントデバイスのユーザインターフェース上に前記提示された広告と前記相関され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える請求項 4 6 の方法。

【請求項 4 8】

モバイル通信デバイスを備える前記第 1 クライアントデバイスのロケーションを、前記広告に関連付けられたビジネスに対応すると特定することにより前記相関され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える請求項 4 6 の方法。

【請求項 4 9】

前記広告に関連付けられたビジネスに前記ユーザがコールしたと決定することにより前記相関され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える請求項 4 6 の方法。

【請求項 5 0】

前記広告に関連付けられたビジネスに自動的にダイヤルする、前記広告内のリンクを、前記ユーザが活性化させたと決定することにより前記相関され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える請求項 4 6 の方法。

【請求項 5 1】

前記クライアントデバイスのユーザインターフェースを介した更なるアクセスのために、前記広告を保存するための入力を、前記ユーザが行ったと決定することにより前記相関され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える請求項 4 6 の方法。

。

【請求項 5 2】

ユーザの識別情報を削除することにより、前記ユーザ・レスポンスの前記報告を非個人

10

20

30

40

50

化すること、を更に備える請求項 4 6 の方法。

【請求項 5 3】

広告コンテンツをクライアントデバイスに配信するように構成された少なくとも 1 つのプロセッサであって、

前記クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をユーザに配信するモジュールと、

第 1 コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう前記クライアントデバイスに命令するモジュールと、

広告ターゲットを満たすか否かを判断するために、前記選択された広告の前記ユーザへの露出を表すエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するよう前記クライアントデバイスに命令するモジュールと、

10

第 2 コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう前記クライアントデバイスに命令するモジュールと、

前記広告ターゲットを満たすか否かを判断するために前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された別の機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するよう前記クライアントデバイスに命令するモジュールと

20

を備えるプロセッサ。

【請求項 5 4】

広告コンテンツをクライアントデバイスに配信するコンピュータ読み取り可能な記憶媒体であって、

前記クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をユーザに配信することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と、

第 1 コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう前記クライアントデバイスに命令することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と、

広告ターゲットを満たすか否かを判断するために、前記選択された広告の前記ユーザへの露出を表すエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するよう前記クライアントデバイスに命令することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と、

30

第 2 コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう前記クライアントデバイスに命令することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と、

前記広告ターゲットを満たすか否かを判断するために前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された別の機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するよう前記クライアントデバイスに命令することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と

40

を備えるコンピュータ読み取り可能な記憶媒体。

【請求項 5 5】

広告コンテンツをクライアントデバイスに配信する装置であって、

前記クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をユーザに配信する手段と、

第 1 コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう前記クライアントデバイスに命令する手段と、

広告ターゲットを満たすか否かを判断するために、前記選択された広告の前記ユーザへ

50

の露出を表すエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するよう前記クライアントデバイスに命令する手段と、

第2コンピューティング環境内で、前記選択された広告を前記ユーザに提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう前記クライアントデバイスに命令する手段と、

前記広告ターゲットを満たすか否かを判断するために前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、前記決定された別の機会に基づいて、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに対して、前記選択された広告を提示するよう前記クライアントデバイスに命令する手段と

10

を備える装置。

【請求項56】

広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示する装置であって、

前記クライアントデバイスに配信する広告のデータベースと、

選択された広告を、前記クライアントデバイスに関連するユーザへの提示によって満たされるエクスポージャ・メトリックと関連付けるタグ付けコンポーネントと、

第1及び第2コンピューティング環境の両方内で連続して前記選択された広告を提示する機会を決定するために、前記第1および第2コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションを監視するよう前記クライアントデバイスに命令する監視コンポーネントと

20

、
前記第1及び第2コンピューティング環境の両方で、前記選択された広告に対する前記ユーザの露出を追跡するための命令を、前記クライアントデバイスへ送信する命令コンポーネントと

を備え、

前記エクスポージャ・メトリックは、前記広告のユーザへの露出を表す装置。

【請求項57】

前記第1コンピューティング環境は、第1クライアントデバイスのユーザインターフェースを備え、

前記第2コンピューティング環境は、第2クライアントデバイスのユーザインターフェースを備え、

30

前記命令コンポーネントは、両方のクライアントデバイスに前記命令を送信する、請求項56の装置。

【請求項58】

モバイル通信デバイスを備える前記第1クライアントデバイスの地理的ロケーションを感知するロケーション感知コンポーネントと、

前記第2クライアントデバイスに対する前記第1クライアントデバイスの近接度を決定する物理的近接度コンポーネントと

を更に備える請求項57の装置。

【請求項59】

前記クライアントデバイスは、ブラウザスクリーン、ワイヤレスデバイスメニュースクリーン、またはゲームコンソールスクリーンからなるグループのうちから選択された前記第1及び第2コンピューティング環境を与えるユーザインターフェース、を備える、請求項56の装置。

40

【請求項60】

前記クライアントデバイスのグラフィカルユーザインターフェース上でのレンダリングのために前記広告にインタラクティブ・エレメントを組み込む広告エディタを組み込むこと、を更に備える請求項56の装置。

【請求項61】

前記命令コンポーネントは、提示された回数の総数として前記エクスポージャ・メトリックを定義する、請求項56の装置。

50

【請求項 6 2】

前記命令コンポーネントは、継続期間として前記エクスポージャ・メトリックを定義する、請求項 5 6 の装置。

【請求項 6 3】

前記命令コンポーネントは、前記継続期間と、提示された回数の総数との両方として、前記エクスポージャ・メトリックを定義する、請求項 6 2 の装置。

【発明の詳細な説明】

【米国特許法第 1 1 9 条に基づく優先権の主張】

【0 0 0 1】

本特許出願は、本出願の譲受人に譲渡され、参照により本明細書に明示的に組み込まれる、2008年2月1日に出願された“Platform for Mobile Advertising and Microtargeting of Promotions”と題する仮出願第61/025,632号の優先権を主張する。

10

【背景技術】

【0 0 0 2】

本明細書で開示する態様は、モバイル通信デバイス上で提示される広告を配信および追跡する通信ネットワークに関し、より詳細には、モバイル通信デバイスのユーザに適切にフォーマットされ時間調整された特定の広告をターゲットにし、追跡するための、モバイル通信デバイスの集団と広告プラットフォームとの間のブリッジとして働く市場プラットフォームを提供することに関する。

【0 0 0 3】

20

長年の間、企業は、従来の手段によって、自社の製品をブランド化し、既存消費者を満足させ、潜在的な新規消費者を獲得しようと試みてきた。広告が、新聞、雑誌、パンフレット、会報、プレスリリースおよびビルボードのような印刷形態から、スポンサーシップ、セミナー、ポイントオブセールおよびプロモーションのプログラムのようなイベント関連のアクティビティになり、ラジオ、テレビジョン、ケーブルおよび最近では衛星ケーブルのようなブロードキャストメディアになるにつれて、企業の発展は、より創造的でないときは直線的になり、より創造的なときは非直線的になることもあった。

【0 0 0 4】

近年、以前は直接広告と称されていた新しい形態を用いて、個々の消費者をよりターゲットにし、個々の消費者のためにより適合された広告が増えている。消費者の購買傾向、トレンド、および予測将来習慣に関係する、特定の消費者データマイニング (consumer data mining) を広告主にもたらすために、プル (pull) 型キャンペーンおよびプッシュ (push) 型キャンペーンによって消費者と直接インタラクト (interact) し、広告をより測定可能にするための新しい努力がなされている。マーケティングの独創性と組み合わせられた技術表現手段の進歩により、古いダイレクトメールマーケティングキャンペーンは、テレマーケティング、ポイントオブセールキャンペーン、コンピュータプラットフォーム、ならびにごく最近では通信ネットワークによる配信および測定を含む、新しい分野へと拡大してきた。

30

【0 0 0 5】

後者に関しては、おそらく、マーケティングの新しい世界における最大のプラットフォームは、過去10年における情報交換のための最大のプラットフォーム、すなわちインターネットである。いくつかの例を挙げれば、ブランド化されたウェブサイト、バナー広告、ポップアップ広告、ターゲット電子メール、ポータルスポンサーシップのような方法によって、広告主は、ターゲット層に注意を集中することができるようになった。いくつかの例を挙げれば、サービスされたインプレッション、クリックスルーレート (CTR: click-through rate)、コストパーアクション (CPA: cost per action)、コストパークリック (CPC: cost per click)、コストパーセール (CPS: cost per sale)、およびコストパーサウザンド (CPM: cost per thousand) のような定義されたメトリックおよび革新的な意味論 (semantics) によって、広告主は、ターゲット広告の結果を測定し、得られたパフォーマンス結果に対して料金を客観的に設定することができるよう

40

50

になった。これらの新しい進歩とともに、ビジネス、地理的要素、および統合通信ネットワークの性質がますます国際的になったため、広告は本質的に、ますますグローバルになっている。

【 0 0 0 6 】

また、インターネット広告の拡大を可能にしたパーソナルコンピューティングの進歩（たとえば、デスクトップおよびノートブックコンピュータならびにブロードバンドインターネットアクセス）とともに、技術の進歩により、より小さく、より強力なパーソナルコンピューティングデバイスが生まれた。たとえば、現在、それぞれ小型で軽量な、ユーザが容易に持ち運べるポータブルワイヤレス電話、携帯情報端末（PDA）およびページングデバイスなどのワイヤレスコンピューティングデバイスを含む様々なポータブルパーソナルコンピューティングデバイスが存在する。コンピューティング技術の進歩とともに、ソフトウェアアプリケーションのレイを用いてプロビジョニングできる、多くのタイプの電子デバイス（「ユーザ機器」）が、消費者にますます提供されている。電子メール、インターネットブラウズ、ゲームプレイ、アドレス帳、カレンダー、メディアプレーヤ、電子ブック閲覧、ボイス通信、ディレクトリサービスなどの様々な機能が、ますます、選択可能なアプリケーションになっており、これらのアプリケーションは、スマートフォン、ポータブルゲーム機、またはハンドヘルドコンピュータなどの多機能デバイス上でロードできる。

10

【 0 0 0 7 】

これらの進歩があっても、モバイル通信デバイスは、汎用コンピューティングデバイスよりも大きな、通信帯域幅、処理、およびユーザインターフェースの制約を有する傾向がある。たとえば、デバイスの小さいサイズによって、画面サイズ、利用可能なメモリおよびファイルシステム空間の量、入出力機能および処理機能の量がそれぞれ制限されることがある。そのような厳しいリソース制約のため、たとえば、そのようなリモートパーソナルコンピューティングデバイス、たとえば、クライアントデバイス上に常駐するソフトウェアアプリケーションおよび他の情報の制限されたサイズおよび量を維持することが望ましい。したがって、そのようなデバイスのためのコンピューティング・プラットフォームは、特定の電話チップセットおよびユーザインターフェースハードウェア向けにしばしば最適化される。

20

【 0 0 0 8 】

広告をモバイル通信デバイスに拡大しようとする限定された試みは、一般に、インターネットブラウズのパラダイムに従ってきた。ユーザがモバイル通信デバイスを使用することをどのように選択するかの違いを鑑み、その制限を鑑みると、そのようなモバイルウェブ広告は、広告主にとって量も価値も不十分であった。

30

【 発明の概要 】

【 0 0 0 9 】

以下で、開示するバージョンのいくつかの態様の基本的理解を与えるために、簡略化された概要が提示される。この概要は、包括的な概観ではなく、主要または重要な要素を識別するものでも、そのようなバージョンの範囲を定めるものでもない。その目的は、後で提示するより詳細な説明の導入として、説明するバージョンのいくつかの概念を簡略化された形態で提示することである。

40

【 0 0 1 0 】

モバイル通信デバイスは、広告チャネルのようなその使用についての制約を有するが、モバイル通信デバイスは、インプレッション広告を含むターゲット広告についての機会であり得るユニークな特徴を有する。モバイル通信デバイスのポータビリティ及び通信の使用は、特に、コンピューティング環境（例えば、1つのクライアントデバイスのアプリケーションや、複数のクライアントデバイスのユーザインターフェースなど）を超えて選択された広告キャンペーンに対するユーザのエクスポージャーを追跡するための機会を与える。これにより広告キャンペーンは、広告のリーチ（例えば、何人のユーザか、またユーザの人口など）、各ユーザへの広告の提示のフリークエンシー、及び各ユーザへの広告の提

50

示の継続期間、を測定する能力を利用する。

【0011】

一態様では、クライアントデバイスに広告コンテンツを提示する方法は、第1コンピューティング環境内で広告を提示する機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクション (user interaction) を監視することを備える。選択された広告は、エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、クライアントデバイス上のユーザに提示される。クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視することは、広告ターゲットを満たすためにエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第2コンピューティング環境内で、ユーザに選択された広告を提示する別の機会を決定する。

10

【0012】

別の態様では、この方法は、少なくとも1つのプロセッサのモジュールによって実行される。コンピュータプログラム製品は、コンピュータにこの方法を実行させる命令を含む。更に、装置はこの方法を実行するための手段を有する。

【0013】

別の態様では、装置は、第1及び第2コンピューティング環境における特定のユーザに、広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示する。モニタ要素は、前記第1及び第2のコンピューティング環境の両方内で連続して広告を提示する機会を決定するために、第1及び第2コンピューティング環境とのユーザ・インタラクション (user interaction) に応答する。追跡要素は、第1及び第2のコンピューティング環境の両方内での提示により部分的に満たされたエクスポージャ・メトリック (exposure metric) を判断する。

20

【0014】

更に別の追加の態様では、方法は、エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をクライアントデバイスに配信する。クライアントデバイスは、第1コンピューティング環境内で広告を提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクション (user interaction) を監視するよう命令される。またクライアントデバイスは、広告ターゲットを満たすためにエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第2コンピューティング環境内で、ユーザに選択された広告を提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう命令される。

30

【0015】

別の態様では、この市場プラットフォームの方法は、少なくとも1つのプロセッサのモジュールによって実行される。コンピュータプログラム製品は、コンピュータにこの方法を実行させる命令を含む。更に、装置はこの方法を実行するための手段を有する。

【0016】

更に追加の態様では、広告コンテンツをクライアントデバイスに提示する装置は、クライアントデバイスに配信する広告のデータベースを有する。タグ付け要素は、選択された広告を、前記クライアントデバイスに関連するユーザへの提示によって満たされるエクスポージャ・メトリック (exposure metric) によって測定される広告ターゲットに関連付ける。命令要素は、第1及び第2コンピューティング環境の両方で、広告に対するユーザのエクスポージャを追跡するよう、クライアントデバイスへ命令を送信する。

40

【0017】

上記および関連する目的を達成するために、1つまたは複数のバージョンは、以下で十分に説明し、特に特許請求の範囲で指摘する特徴を備える。以下の説明および添付の図面は、いくつかの例示的な態様を詳細に記載し、バージョンの原理が使用できる様々な方法のほんのいくつかを示すものである。他の利点および新規の特徴は、図面とともに以下の詳細な説明を検討すると明らかになり、開示するバージョンは、すべてのそのような態様およびそれらの均等物を含むものとする。

【図面の簡単な説明】

【0018】

50

【図 1】図 1 は、一態様による、エンドツーエンド (end-to-end) のモバイル広告通信システムのブロック図。

【図 2】図 2 は、別の態様による、エンドツーエンドのモバイル広告通信システムのモバイルデバイスと、市場プラットフォームと、広告プラットフォームとのタイミング図。

【図 3】図 3 は、さらに別の態様による、例示的なエンドツーエンドのモバイル広告通信システムの概略図。

【図 4】図 4 は、さらに別の態様による、図 3 の通信システムのキャンペーン管理のための例示的なグラフィカルユーザインターフェースの図。

【図 5】図 5 は、一態様による、図 3 のモバイル通信デバイスのブロック図。

【図 6】図 6 は、別の態様による、図 3 の通信システムによって実行されるモバイル通信デバイス広告のための方法のフロー図。

10

【図 7】図 7 は、さらに別の態様による、エンドツーエンドのモバイル広告のための方法のフロー図。

【図 8】図 8 は、一態様による、図 7 の方法のロケーション情報に基づくビヘイビア・プロファイリングのための方法のフロー図。

【図 9】図 9 は、一態様による、図 7 の方法のリーチ・フリークエンシー・時間広告のための方法のフロー図。

【図 10】図 10 は、別の態様による、図 7 の方法のインターセプター・マイクロ・ターゲティング広告のための方法のフロー図。

【図 11】図 11 は、さらに別の態様による、図 7 の方法の時限クーポン広告のための方法のフロー図。

20

【図 12】図 12 は、一態様による、モバイル通信デバイスのためのアイコンアクションを選択するための方法のフロー図。

【図 13】図 13 は、一態様による、閲覧層の感知された人口統計に基づいて公に閲覧される広告を選択することのフロー図。

【図 14】図 14 は、さらに別の態様による消費者間広告のフロー図。

【図 15】図 15 は、一態様による、広告コンテンツをモバイル通信デバイスに配信するための、少なくとも 1 つのプロセッサによって実行されるコンピュータ読み取り可能な記憶媒体中のモジュールを有するネットワーク配信デバイスのブロック図。

【図 16】図 16 は、一態様による、広告を実装するための、少なくとも 1 つのプロセッサによって実行されるコンピュータ読み取り可能な記憶媒体中のモジュールを有するモバイル通信デバイスのブロック図。

30

【発明を実施するための形態】

【0019】

マイクロ・ターゲティングされた広告 (micro-targeted advertisement) を選択するために、エンドツーエンド (end-to-end) モバイル広告システムは、ユーザ・ビヘイビア (user behavior) (例えばロケーション、モバイル通信デバイス上の広告とのインタラクション (interaction) など) を特徴づける市場プラットフォームを提供する。市場プラットフォームは、通信デバイスに適切な表示のために求められるフォーマットを処理する。広告は、あるスケジュールされたウィンドウ内での、適切な顧客 (「リーチ (reach)」) と、提示の適切な数 (「フリークエンシー (frequency)」) と、効果的な継続時間 (「時間 (time)」) とについてネゴシエートされたタグに従って、提示される。スケジュールメトリック (schedule metric) を含む時限クーポン (time coupon) 広告キャンペーンもまた、サポートされる。インプレッション広告の場合でも、ビヘイビアの変化 (予測された競合者に行かずに、広告主へ行き、広告主にコールし、後に参照するために広告をクリップするなど) を確かめるためにユーザロケーションおよび/または通信デバイスとのインタラクションを監視することによって、有効性が測定される。この有効性は更に、アプリケーション及び/またはプラットフォームを超えて追跡 (track) され、ユーザのための特定の広告キャンペーンのリーチ、フリークエンシー、及び継続期間がキャプチャされる。市場プラットフォームは、モバイル通信デバイスの特定のフォーマット

40

50

の必要性のためのインターフェース処理を行うだけでなく、広告を提供する広告エンティティから、プライバシーの目的でユーザの識別情報を保護する。

【0020】

インターネット上では、広告を活性化することからの結果として得られる単一のワークフローが、ウェブブラウザのホストウェブページ内で閲覧され、これは同じまたは新たなインスタンスのウェブブラウザ内のランディングページを起動する。モバイル通信デバイスでは、そのデバイスの利用可能な機能を鑑みて追従され得る多くのより可能なワークフローがある。これらは、これに限定するものではないが、“クリックツーコール (click-to-call)”、“クリックツーロケート (click-to-locate)”、“クリックツーSMS (click-to-SMS)”、“クリックツー写真送信 (click-to-send a picture)”、“クリック

10

【0021】

これより、図面を参照しながら様々な態様について説明する。以下の記述では、説明の目的で、1つまたは複数の態様の完全な理解を与えるために多数の具体的な詳細が記載される。ただし、様々な態様は、これらの具体的な詳細なしに実施できることは明白であろう。他の例では、これらのバージョンを簡潔に説明するために、よく知られている構造およびデバイスは、ブロック図の形態で示される。

20

【0022】

さらに、「例示的」という単語は、本明細書では、例、事例、または例示の働きをすることを意味するために使用される。「例示的」として本明細書で説明するいかなる態様または設計も、必ずしも他の態様または設計よりも好ましいまたは有利なものと解釈すべきではない。むしろ、例示的という単語の使用は、概念を具体的な形で提示するものである。

30

【0023】

本装置および本方法は、ワイヤレス環境での使用に特に好適であるが、限定はしないが、通信ネットワーク、インターネットなどの公衆ネットワーク、バーチャルプライベートネットワーク (VPN) などのプライベートネットワーク、ローカルエリアネットワーク、ワイドエリアネットワーク、長距離ネットワーク、または任意の他のタイプのデータ通信ネットワークを含む、任意のタイプのネットワーク環境で適していることがある。

【0024】

図1を参照すると、一態様によれば、通信システム100は、広告主の広告プラットフォーム102のリーチを、モバイル通信デバイス104として示されているクライアントデバイスの集団に拡大するためのエンドツーエンド (end-to-end) のソリューションを広告主に提供するが、モバイル通信デバイス104は、広告プラットフォーム102によって使用される他の通信チャネルとは著しく異なるディスプレイ、通信帯域幅、およびユーザ・インタラクション (user interaction) を有する。市場プラットフォーム106は、広告プラットフォーム102とモバイル通信デバイスとの間のインターフェースを与え、モバイル通信デバイス104の特定のニーズを処理する。たとえば、市場プラットフォーム106は、広告主が他の広告配信および通信チャネル (たとえば、ウェブポータル) のために使用される1つの広告インベントリ (inventory) 110を維持することができるように、広告プラットフォーム102に代わって広告をフォーマットするフォーマッティング構成要素108を含む。したがって、広告プラットフォームは、モバイル通信デバイ

40

50

ス104の各構成(configuration)112のための無数の提示制約について最新の状態を保つ必要はない。したがって、広告は、特定のモバイル通信デバイス104のユーザインターフェース114に応じて適切なインタラクション・オプションを用いた適切なレンダリングで提示できる。

【0025】

市場プラットフォーム106は、モバイルデバイス104の集団の「リーチ」を判断することによって、広告主に付加価値を提供する。市場プラットフォーム106が広告の提示のための機能を知っているだけでなく、ユーザインターフェース114を介して、および/またはモバイル通信デバイス104のロケーション感知構成要素116によって、ユーザのビヘイビア(たとえば、コール履歴、モバイル広告とのインタラクションなど)が感知される。これらのビヘイビアの表示は、同じくモバイル通信デバイス104上にある広告クライアント118によって報告される。それによって、市場プラットフォーム106は、ビヘイビアおよび人口統計データをデータベース120に記憶することによって、モバイル通信デバイス104に関する「疑わしい」人口統計データを超越することができる。広告予測構成要素122は、このデータを分析して、モバイル通信デバイス104のユーザについての直接感知されたまたは解釈されたビヘイビアを特徴づける。

【0026】

モバイル通信デバイス104が追加の広告を必要とするとき、広告クライアント118は要求を作成し、その要求は市場プラットフォーム106によって転送される。後者を達成すると同時に、広告プラットフォーム102がモバイル通信デバイス104の特徴づけのみを知るように、プライバシー構成要素124を用いて個人識別情報をフィルタ除去する。代替的に、市場プラットフォーム106は、広告プラットフォーム102の広告インベントリ110における様々な広告にアクセスでき、広告マイクロ・ターゲティング構成要素126を利用して、広告予測構成要素122によって維持される特徴づけに従って要求元モバイル通信デバイス104のための適切な広告を選択する。モバイル通信デバイス104は、ユーザインターフェース114上に広告を提示し、その使用を、広告クライアント118を介して市場プラットフォーム106に報告する。そのデータは、広告主が広告キャンペーンの有効性を評価することができるように、広告プラットフォーム102に適合するデータフォーマットに従って報告フォーマット構成要素128によって処理され得る。特に市場プラットフォーム106に支払うべき支払いの額が広告追跡データ(advertisement tracking data)に関係する場合、広告追跡データはまた、支払い請求構成要素130によって処理され得る。ユーザが、提示された広告に関連する商品またはサービスを購買する希望を示す方法でユーザインターフェース114とインタラクト(interact)した場合、市場プラットフォーム106は、広告仲介販売構成要素132を与え、現在の支払い請求方法、認証方法、およびプライバシーフィルタを活用して、広告プラットフォーム102とモバイル通信デバイス104のユーザとの間のトランザクションを可能にする。

【0027】

広告へのリーチ、フリークエンシー、およびエクスポージャ(exposure)時間は、ユーザ140が複数のコンピューティング環境(たとえば、アプリケーション、デバイスなどにわたって同じ広告キャンペーンに露出される場合を取り込むように、拡大できる。たとえば、ユーザ140は、複数のアプリケーション(たとえば、WAPブラウザ、ゲーム機、通信デバイスメニューなど)を提示することが可能なユーザインターフェース114をもつ一つのクライアントデバイス(たとえば、モバイル通信デバイス104)とインタラクトする。代替的にまたは追加として、ユーザ140は、市場プラットフォーム106に回答する広告クライアント146を同じく有する別のクライアントデバイス144の第2のユーザインターフェース142とインタラクトすることができる。市場プラットフォーム106の永続的リーチ・フリークエンシー・時間追跡構成要素(persistent reach-frequency-time tracking component)148は、モバイル通信デバイス104およびクライアントデバイス144に命令し、エクスポージャ・メトリック(exposure metric)と

10

20

30

40

50

の部分的な適合に関する報告を受信して、いつ広告ターゲットが満たされたかを判断する。

【 0 0 2 8 】

そのような永続的リーチ・フリークエンシー・時間広告の一例は、ビヘイビア（たとえば、モバイル通信デバイス 1 0 4 上の W A P ブラウザ上で実行された検索、スケートボード・レクリエーションセンターへの頻繁な近接、応答形オプトインなど）に基づいて市場プラットフォーム 1 0 6 がスケートボード・ファンであると判断した 1 4 歳の少年ジョーイである。スポーツシューズ製造業者は、スケートボード・イベントにおいてその製品の使用を宣伝し、その広告を受信するジョーイのようなユーザの分類を選択した広告キャンペーンを行うことが出来る。特に、このキャンペーンは、適切な傾向の各受信者（すなわち、リーチ）が、合計 3 0 秒の継続時間（すなわち、時間）の間、少なくとも 4 回（すなわち、フリークエンシー）広告を受信することを指定する。このエクスポージャ・メトリックを満たす機会は、ジョーイが彼のモバイル通信デバイス 1 0 4 上でスケートボード・ゲームをプレイすることを選択したとき、一部実現できる。また別のエクスポージャ時間は、ジョーイが彼の株価を閲覧するために金融ウェブページにアクセスしたときに生じ得る。広告を提示する別の機会は、初期起動時にユーザインターフェース 1 1 4 のホーム画面を閲覧しているとき（これはジョーイがクライアントデバイス 1 0 4 を閲覧していることを暗示する）、生じ得る。

10

【 0 0 2 9 】

別の例として、若年成人クリスは、時々いくつかの異なるクライアントデバイス 1 0 4 、 1 4 4 とインタラクトすることがあり、これらのデバイスは、グラフィカルユーザインターフェースをもつパーソナルセルホン、ワイヤレス対応ポータブルゲーム機、大部分は電子メールのために使用されるセルホン対応ハンドヘルドまたはタブレットデバイスなどを含む。市場プラットフォーム 1 0 6 は、これらのデバイスの 2 つ以上（図示せず）に関連付けられ、これにより、それらのデバイスの使用を同じユーザに関連付け、よって、選択された広告キャンペーンに関連付けて、追加の機会を可能とし、広告への所要のフリークエンシーおよび/またはエクスポージャの継続時間を達成する。

20

【 0 0 3 0 】

いくつかの適用例では、ユーザ 1 4 0 は、動的公衆広告（たとえば、アクティブなビルボード）を閲覧するなど、第 2 のクライアントデバイス 1 4 4 と受動的にインタラクトする。この受動インタラクションの判断は、モバイル通信デバイス 1 0 4 のロケーション感知構成要素 1 1 6 からのロケーション・データを、クライアントデバイス 1 4 4 の感知されたまたは所定のロケーションと関連させる永続的リーチ・フリークエンシー・時間追跡構成要素 1 4 8 によって判断される。これは、ただ 1 人の、または数人の個人が動的広告ディスプレイを見ることが可能な場合など、広告のマイクロ・ターゲティングとすることができる。代替的にまたは追加として、動的公衆広告プラットフォームは、ハイウェイのそばで、または人が多い歩行者用道路でなど、より大きい集団によって同時に閲覧される大きい動的ディスプレイとすることができる。提示される広告を動的に変化させるための収入最適化システムは、閲覧者の一部、多数、または全部の現在の人口統計および/またはビヘイビア・プロファイリング特徴づけに関するフィードバックから利益を得ることが出来る。したがって、一般に適用可能なソフトドリンク広告を、提示されるデフォルト広告とすることができる。

30

40

【 0 0 3 1 】

たとえば、製薬または医療デバイス製造業者が進んで 1 人当たり割増広告レートを支払う対象の会議または病院の近接度により、 2 0 人のユーザがある医学専門分野の専門家としての分類を有するものとして検出されたとき、広告イベントがトリガされる。別の例として、スポーツイベントが終了し、次いで、多数のスポーツファンが去る。ファンの圧倒的な数により、最適な収入を生成する広告は、 1 人当たりの割増金はより低い、全体的な価値はより大きい広告へと変化する。この最適化では、集団の移動の相対速度をさらに考慮に入れて、追加の広告時間を販売する機会とのバランスがとれた効果的な露出を提供

50

するための方法で広告を変化させることができる。

【0032】

広告を提示するための機会について、クライアントデバイス104上の様々なアプリケーションのコンピューティング環境にわたる監視、さらには他のクライアントデバイス144に対する監視をさらに活用して、市場プラットフォーム106に報告するためのユーザ・ビヘイビアをキャプチャできる。たとえば、ユーザ140が、WAPブラウザ検索エンジンにキーワードを入力し、それがキャプチャされる。ポータルウェブページ上に与えられるナビゲートリンクは、追跡され得る。ダウンロードおよび使用について、メディアコンテンツ、ゲームコンテンツ、ユーティリティ・アプリケーションの選択が、追跡され得る。モバイル通信デバイス104の集団に非ターゲット様式で送信される広告のいくつかのクラスとのインタラクションに留意することができる。許される範囲内で、あるビジネス・エンティティとの通信（たとえば、電話通話）がキャプチャされ得る。したがって、いくつかのモバイル通信デバイス104によって与えられるユニークなインタラクション形態により、ターゲティングされたマイクロ広告のためのユーザのビヘイビア・プロファイリングを向上させることができる。そのようなキーワード特徴づけの調整または制御は、広告クライアント118および146によって与えられる機能を用いてクロスプラットフォーム検索モニタ150において実行できる。

10

【0033】

広告に対する応答のユーザの選択に基づいて活性化され、ユーザインターフェース114とともに使用され、アイコンによって表される、複数のアクション、特に、モバイル通信デバイス104によって利用可能になる通信機能によって可能になる複数のアクションによって、デバイスUIにさらなる拡張を与えることができる。代替的にまたは追加として、それらのアクションは、広告主の嗜好に基づいて選択され得る。代替的にまたは追加として、それらのアクションは、市場プラットフォーム106のための収入を生成するための性向に基づいて選択され得る。

20

【0034】

市場プラットフォーム106は、選択的広告アクションユーティリティ152を利用して、そのようなアクションおよびアイコンおよび機能を、モバイル通信デバイス104に配信される広告に組み込むことができる。たとえば、ある広告主は、ウェブサイト、電話カスタマーサービス番号、電子メール応答、ショートメッセージ・サービス（SMS）テキスト応答、クリックツープイ（click-to-buy）・ショッピングカート・インターフェース（たとえば、モバイル通信デバイス104のユーザとの、オペレータの支払い請求契約によって処理された支払いおよび出荷情報）へとユーザを駆り立てることを望む。アイコンまたは他の手段によって表されるクリックツーカーボン（click-to-coupon）・アクションにより、モバイル通信デバイス104自体が、手で運ぶ「クーポン」として働くことができるようになり、あるいは、小売業者が受け入れるための、またはユーザがオンラインで入力するための、引替えコードまたはレンダリングされたバーコードを提示する。クリックツープロモーション（click-to-promotion）・アクションにより、市場プラットフォーム106は、選択的にユーザの特定のクラス、あるいは個人のユーザを割引のターゲットにすることができるようになる。

30

40

【0035】

広告との様々な種類のインタラクションが、広告主にとって様々な価値を有する傾向があるので、提示されるアクションの選択は、優先順位の降順で行われるか、または市場プラットフォーム106への異なる報酬値を生じることがある。たとえば、クリックツープイ・アクションが最も高い価値を有することがあるが、これは、モバイル通信デバイス106を用いた契約上の取決めの場合、不適当であることがあり（たとえば、未成年の青年）、またはそのタイプの広告（たとえば、サービスのためのインプレッション広告）について適していないことがある。セカンド・ティア（second tier）を、広告主との直接接

50

触（たとえば、クリックツーカーボン（click-to-call）、クリックツープイ電子メール（click-to-email）、またはクリックツープイテキスト（click-to-text））とすることができる。よ

り低いティアを、少しの関心のみを示すインタラクション（たとえば、クリックツーロケート（click-to-locate）、クリックツーコンテンツ（click-to-content）、クリックツー保存（click-to-save、広告またはクーポン）など）とすることができる。

【0036】

ユーザのプライバシーは、広告プラットフォーム102とユーザ140の間に市場プラットフォーム106を置くことによって有益であるが、いくつかの適用例では、消費者間広告機能が、通信システム100によって可能とされ得る。市場プラットフォーム106は、ダイレクトマーケティングキャンペーンをオプトインする可能性があるユーザ140に広告主を紹介するブローカーとして働くことができる。別の例として、個人または団体（「信頼できるエンティティ」）154が、ダイレクトマーケティング機能へのアクセスを可能にするコードまたはパスワードなどの、受信人許可の表示156を得ることができる。たとえば、専門の団体が、その組織に関する契約上の許可を登録によって得て、そのメンバーへの直接広告に関して市場プラットフォーム106とネゴシエートすることができ、セミナーへの登録の容認を可能にすることなどを行う。別の例として、ある友人が、仲間内で顕著に表示されるように誕生日広告をスケジュールして、しかも多くのボイスメールを残すという不便なしに、他のメッセージフォーマットよりも気づかれる可能性を高くすることができる。さらに別の例として、ある広告主が、ある航空会社の非常に常連の旅客など、特別なステータスにある何人かのユーザにのみ、進んで特別割引を与える。そのような個人に対して、そのような申し出を広く利用可能にすることなしに、ターゲティングされたクリックツークーポンを、広告主が区別するように選択した人々に送信することができる。

【0037】

図2には、一態様による、モバイル通信デバイス104と市場プラットフォーム106と広告プラットフォーム102との間のインタラクションによる、エンドツーエンドのモバイル広告のための方法200が示されている。ユーザ140は、モバイルである必要はないクライアントデバイス144をも利用することができるが、市場プラットフォーム106は、いくつかの適用例では、これらの通信ステップのうちいくつかを、デバイス104とデバイス144のいずれかまたは両方と調整することを諒解されたい。ブロック202において、市場プラットフォーム106は人口統計データのコレクション（collection）を処理することによって開始する。そのようなデータは、値を有するが、ユーザがいくつかの理由で正確または完全な自己評価を常に与えるわけではないという点で「疑わしい」と示される。204において、この人口統計データは、モバイル通信デバイス104によって市場プラットフォーム106に与えられるロケーション・リポーティング（location reporting）によって増補（augment）される。このロケーション・データは、そこから通信が発信する現在のセルまたはワイヤレスノードを仮定すれば、近似的とすることができる。このロケーション・データは、モバイル通信デバイス104に組み込まれた全地球測位システム（GPS）エンジンから正確に決定でき、特定の物理的アドレスに対してユーザのロケーションを識別するために十分に正確である。さらに、206において、報告として示される、コール・アクティビティがユーザ・ビヘイビアを与える。ブロック208において、この収集されたユーザ・ビヘイビア・データをビヘイビア・プロファイリングのために分析する。本明細書で使用する場合、ビヘイビア・プロファイルは、人口統計変数、ビヘイビア変数、およびIAO変数（すなわち、関心（interests）、態度（attitudes）、および意見（opinions））に役立つ他の情報を包含するが、本明細書の態様に一致するいくつかの適用例は、そのような変数のサブセットに限定されることがあることを諒解されたい。

【0038】

ブロック210において、市場プラットフォーム106は、モバイル通信デバイス104の広告市場の予測を実行する。たとえば、現在の広告使用および全体的なモバイル通信デバイス104の使用を、ビヘイビア・プロファイリングに基づいて特定の広告主から利益を得る、モバイル通信デバイス104の何人かのユーザの性向と組み合わせることがで

きる。212に示すように、この広告予測は、広告キャンペーンを広告プラットフォーム102とネゴシエートするためのベースとして役立つことができる。キャンペーンは、リーチ（たとえば、ビヘイビア・プロファイルに基づいて商品またはサービスに対して高い相関をもつモバイル通信デバイス104のユーザのサブセット）、各ユーザへの広告提示のフリークエンシー、選択されたユーザごとの広告の累積閲覧時間、および/または競合者または広告主のビジネス・ロケーションの近位のユーザに対するロケーション制限に関して定義できる。広告キャンペーンは、開始時間および/または終了時間についての制限をもつ特定のカレンダースケジュールに制約されることがある。スケジュール制約は、ダイナミックの近くにレストランを訪問するかまたはコンサートに参加するように促されるであろう人々など、特定の時間にアクティブであるユーザに焦点を当てるキャンペーンのための時刻スケジュール制限を備えることもできる。市場プラットフォーム106は、広告主が有効性を判断するための貴重なフィードバックツールとして役立つことができる広告使用の追跡を行うこともできる。また、追跡は、市場プラットフォーム106のエンドツーエンドのモバイル広告サービスを評価するためのベースとして役立つことができる。

10

【0039】

広告キャンペーンを設定して、214において、モバイル通信デバイス104が、追加の広告が必要であることを市場プラットフォーム106にシグナリングすると、216において、市場プラットフォーム106は、広告プラットフォームにシングルフォーマット（single-format）広告を要求する。218において、広告プラットフォーム102はシ

20

【0040】

ブロック220において、市場プラットフォーム106は、1つまたは複数の広告を、要求元モバイル通信デバイス104に適したフォーマットにフォーマットする。市場プラットフォーム106は、適切なビヘイビア・プロファイルを有すると考えられるモバイル通信デバイス104に広告をマイクロ・ターゲティングする。フォーマットの一部は、広告キャンペーンのためにネゴシエートされた条件（terms）に従ってメトリックにタグ付けすることを含む。これらのタグの例には、提示のフリークエンシー、提示の継続時間、スケジュールウィンドウ、ロケーション制約などがある。222において、カスタムフォーマットされた広告が、市場プラットフォーム106からモバイル通信デバイス104に送信される。

30

【0041】

224において、モバイル通信デバイス104は、タグ付けされたメトリックに従って広告を提示する。226に示すように、モバイル通信デバイス104による広告使用の追跡は、市場プラットフォーム106に間欠的に報告される。さらに、228に示すように、いくつかの態様はロケーション・リポーティング（location reporting）を含む。この広告およびロケーションの追跡を用いて、市場プラットフォーム106は、インプレッション広告の成功または失敗を推測するために、広告の提示を、監視されたロケーション（たとえば、競合者、広告主のビジネス・ロケーションなど）のデータベースに対するユーザのロケーションと相関させる。232に示すように、モバイル通信デバイス104は、いくつかの態様では、ユーザによって直接ダイヤルされるか、またはモバイル通信デバイス104の「クリックツーダイヤル（click-to-dial）」機能を使用することによって自動的にダイヤルされるなどのコール・アクティビティを報告する。いくつかの態様では、234において、モバイル通信デバイス104は、広告インタラクション・アクティビティ（たとえば、ユーザが広告を将来検討するために保存する「クリックツークリップ（click-to-clip）」、広告または広告のより詳細なバージョンを閲覧するためにウィンドウを起動する「クリックツーグランス（click-to-glance）」、ユーザを広告主のロケーションに案内する「クリックツーロケート（click-to-locate）」など）を報告することができる。

40

【0042】

50

タグ付けされたメトリックは、追跡されるべきビヘイビアに向かってユーザを導く情報またはアクティブコンテンツを与えることによって、ユーザ・ビヘイビアを可能にすることができる。いくつかの例では、広告主は、いくつかの種類ユーザ・ビヘイビアのみを追跡すべきか、または、効果的な広告を示すものとしていくつかのビヘイビアをより重く重み付けすることを規定することができる。たとえば、クリックツーロケート・アクションは、クリックツー保存よりも強い指示とすることができ、クリックツー保存は、必ずしも広告ビジネスを訪問することの証明ではないロケーション近接度よりも強い指示とすることができる。

【 0 0 4 3 】

236において、報告された使用データに基づいて、市場プラットフォーム106は、
10
広告とのいくつかの種類ユーザ・インタラクションに基づいて、広告プラットフォーム102とともに仲介販売を実行する機会を有することができる。238において、報告された使用データに基づいて、市場プラットフォーム106は、非個人化広告追跡データ (depersonalized advertisement tracking data) を広告プラットフォーム102に報告することができる。この非個人化は、広告主の関心対象であるデータに適合するフォーマットに、データを要約 (summarize) することができる。非個人化は、ユーザプライバシーを保持するために、個人識別情報を、広告の消費者の分類に置き換え得る。240において、市場プラットフォーム106は、使用の追跡に対応する未払金額に基づくなど、広告支払い請求を報告することができる。

【 0 0 4 4 】

20
図3において、例示的な通信システム300は、一実装形態によれば、広告主/代理店
広告サービングプラットフォーム304と、オペレータおよびパブリッシャ306と、モ
バイル通信デバイス308の集団との間でインターフェースするモバイル広告プラット
フォーム302から利益を得る。特定のユーザ140 (図1) は、いくつかの広告目的を達
成するために、モバイル広告プラットフォーム302によって調整できる2つ以上のモ
バイル通信デバイス308を使用することができることを諒解されたい。ユーザはまた、動
的公衆広告ディスプレイ (たとえば、ビルボード、テレビジョン、コンピュータワーク
ステーション、待合室ディスプレイ、公共輸送機関の看板など) 309として示される固定
クライアントデバイスとインタラクトすることができる。モバイル通信デバイス308は
30
、そのタイプの固定クライアントデバイス309に関係するときに広告への露出を示すこ
とがあるユーザ・インタラクションの指示 (たとえば、移動のパターン) を与える。た
とえば、大きいディスプレイへの移動は、広告を見る可能性があることを示す。広告サー
ビングプラットフォーム (advertising serving platforms) 304は、オペレータ広告販
売310、モバイル広告販売312、インターネット広告販売314、および/またはパ
ブリッシャ広告販売316などを備えることができ、その特定の通信プロトコルは、モ
バイル広告プラットフォーム302と通信する広告販売/代理店/広告主インターフェース
318によって適応される。いくつかの態様では、オペレータ (たとえば、ワイヤレス/
セルラーキャリア) 306は、オペレータ/パブリッシャインターフェース320を介し
てモバイル広告プラットフォーム302と通信することによってモバイル通信デバイス3
08の利用可能な集団を推定するのを支援することや、支払い請求などの機能を実行す
40
ることができる。モバイル広告プラットフォーム302は、管理者が適切なフォーマッ
ティングおよびメトリックのタグ付けを選択できるようにするキャンペーン管理構成要素322
を含む。このキャンペーン管理322は、アクション管理ユーティリティ323をさら
に含むことができ、アクション管理ユーティリティ323は、モバイル通信デバイスによ
って与えられる通信オプションのタイプを示唆するアクションのためのアイコンを選択す
るのを支援し、 (たとえば、電子メール、直接購買、コール、テキストメッセージ、保存
、コンテンツへのナビゲートなどの) アクションのためのワークフロー呼出しコマンドお
よびパラメータを定義し、ならびに、広告主に適した、および/または収入生成の可能性
のために市場広告プラットフォーム302によって好まれるオプションを促すのを支援す
る。

【 0 0 4 5 】

図4において、例示的なグラフィカルユーザインターフェース324は、一態様によれば、総合ウィンドウ326を含み、総合ウィンドウ326は、キャンペーン識別情報入力フィールド328（たとえば、91 4081 9034）、キャンペーン名称入力フィールド330（たとえば、Martinキャンペーン）、キャンペーンステータス・プルダウンメニュー332（たとえば、計画中）、クリックツークション・リンク334（すなわち、uniform resource locator (URL)、たとえば、http://news.bbc.co.uk）、キャンペーン説明入力フィールド336（たとえば、クリックツークション - BBCワールドニュースチャンネルのストリーミングを聴取する）、キャンペーン目標入力フィールド338（たとえば、ターゲット層、ビヘイビア・プロファイリングカテゴリK、T、AA、フリークエンシー5、継続時間45秒）、およびカテゴリ・プルダウンメニュー340（たとえば、芸術および文化 - 芸術（一般））にユーザが入力することを可能にする。

10

【 0 0 4 6 】

例示的なバージョンでは、両方のモバイル通信デバイス308はBREW（登録商標）対応である。カリフォルニア州サンディエゴのQUALCOMM社によって開発されたBinary Runtime Environment for Wireless（登録商標）（BREW）ソフトウェアは、ワイヤレスセルラー電話などのコンピューティングデバイスのオペレーティングシステム上に存在する。BREWは、コンピューティングデバイス上で見られる特定のハードウェア機能にインターフェースのセットを与えることができる。したがって、クリックツークション・リンク334は、BREW「クリックURL」、またはユーザが広告とインタラクトすることができる方法に関する他の命令（たとえば、クリックツークリップ、クリックツークール、クリックツークラウドなど）を含むことができる。

20

【 0 0 4 7 】

グラフィカルユーザインターフェース324はまた、特定のチップセット、ハードウェア、および/またはソフトウェア構成とともに動作するモバイル構成デバイス308のサブセットに固有の構成を与える。例示的なウィンドウ342では、ユーザは、幅88ピクセル×高さ18ピクセルとして定義されたモバイル広告サイズ88を選択した。画像選択フィールド344は、手動でリサイズされているか、または自動的にクロップされ、縮小され、および/またはウィンドウ342によってカラーパレットが変更されている、広告主によって与えられた画像などの画像をキャンペーン管理者が選択できるようにする。追加のテキスト入力フィールド346は、モバイル通信デバイス308のこの構成に固有であるこの広告とインタラクトする方法を表示するための命令などに使用できる。テキスト位置プルダウンメニュー348は、この追加のテキストを配置するか、またはこの例に与えられているようにそれを完全に省略することができる。

30

【 0 0 4 8 】

図3に戻ると、キャンペーン管理構成要素322からのカスタマイズされた広告は、リアルタイム・インベントリ・データベース350に記憶される。一実装形態によれば、オペレータ/パブリッシャ306によって与えられたデータは、データベース350に記憶された予測データとともにインベントリ予測構成要素351によって処理され得る。ターゲティングおよび広告選択構成要素352は、モバイル通信デバイス308からの広告要求を、インベントリデータベース350中のカスタマイズされた広告と一致させる。そのようなターゲティングは、固定クライアントデバイス309の広告ディスプレイ355を選択する公衆広告構成要素353を備えることができる。その選択は、固定クライアントデバイス309の近傍へのモバイル通信デバイス308の移動が検出されたユーザ140（図3）の受動インタラクションに基づいて行うことができる。

40

【 0 0 4 9 】

通信プロトコルおよび広告フォーマットは、モバイル通信デバイス308に対してマルチフォーマット広告サービング構成要素354によって変換される。例示的な態様では、uOneデリバリーシステム（UDS）358のTrigletサービスアダプタ（TSA）356がマルチフォーマット広告サービング機能を実行する。BREWプラットフォーム

50

の一部としてQUALCOMM社によって開発されたuiOne(商標)アーキテクチャは、リッチでカスタマイズ可能なUI(すなわち、アクティブコンテンツ、無線(OTA)でアップグレード可能)の迅速な開発を可能にするBREW拡張のセットを与え、アプリケーションを超えてダウンロードビジネスを発展させるのに役立つ、部分または全体のハンドセットUIのテーマ構成を行い、BREW UIウィジェットを利用する。したがって、BREW uiOneは、ハンドセット、キャリアのカスタマイゼーション、および消費者個人化のための製品化までの時間を低減する。これを行うために、BREW uiOneは、アブストラクションの明確なセットを与え、BREWのアプリケーション開発スタックに2つの新しいレイヤを追加する。uiOneデリバリーシステム358を使用して、無線でモバイルユーザインターフェース(UI)360を更新する。このデリバリーシステム358はスタンドアロン様式で展開でき、オペレータが自身のデリバリーシステムの機能を活用できるようにする。uiOneデリバリーシステム358を用いてuiOneアーキテクチャを展開することによって、特にBREWソリューションの他の要素(たとえば、オペレータが適切なインフラストラクチャをまだ有していないときの、ダウンロード可能なUIパッケージの収益化および支払い請求)とともに展開したとき、さらなる利益を実現することができる。

【0050】

BREW、uiOneの組み込みなどは例示的なものであり、本明細書の態様に一致する適用例は、他のコンピューティング環境、モバイルオペレーティングシステム、ユーザインターフェース、および通信プロトコルを採用することができることを、本開示の利益とともに諒解されたい。たとえば、ユーザインターフェース360は、JAV A(登録商標)アプレットおよび動作環境を採用することができる。

【0051】

よって、例示的なバージョンに構成されたモバイルユーザインターフェース360は、タブA362およびタブB364(たとえば、クリップされた広告サブフォルダを含むことができる「my stuff」)を含む。図示のタブA362を選択すると、選択されたゲームショッピングオプション366、アプリケーション(「apps」)ショッピングオプション368、テーマショッピングオプション370、ショッピング検索オプション372などのオプションが示される。広告バナー広告374は、ダイヤルトーン・マルチフリークエンシー(DTMF)キーパッド378、専用広告インタラクティブ・ボタン(たとえば、クリップ)380、ならびにおそらくステアリングボタン384および選択ボタン386とともに使用される、追加の広告オプションに達するメニューボタン382を使用するなど、ユーザが広告374とインタラクトすることができる方法について説明する追加のテキスト376(たとえば、「#1 ツークリップ、#2 ツーコール」とともに表示される。終了ボタン388は、メニューシーケンスから戻ることを可能にする。広告バナー374はまた、インタラクティブが実行することを図式的に伝達し、ならびにアクションを可能にする、1つまたは複数のアイコン375を組み込むことができる。代替的に、アイコンは、メニューまたはアイコン・バーまたは他のプラットフォームまたは実装形態固有の方法の範囲内で提示できる。

【0052】

モバイル通信デバイス308は、広告キャッシュ390、広告追跡構成要素392、コンテキスト・ターゲティング構成要素394、ロケーション監視およびリポーティング構成要素396、ならびに広告クライアント398など、広告374とのユーザ・インタラクションをサポートし、監視するように動作する機能を与え、それは例示的なバージョンではBREW拡張である。ロケーション監視およびリポーティング構成要素396は、全地球測位システム(GPS)400からロケーションを導出することができる。代替的に、無線周波数識別システム、ワイヤレスアクセスポイント、セルラー方向探知などは、GPS受信から一時的に遮蔽されているか、または固有のロケーション感知機能がないモバイル通信デバイスに関する近似ロケーション情報を与えることができる。固定クライアントデバイス309は、感知された値ではなく、モバイル広告プラットフォーム302によ

10

20

30

40

50

ってアクセスされる所定のロケーション値401を有することができる。このロケーション情報は、受動インタラクションがモバイル広告プラットフォーム302の公衆広告構成要素353によって推測される、公衆広告のために利用できる。

【0053】

モバイル広告プラットフォーム302は、リアルタイム・インベントリ・データベース350中に、モバイル通信デバイス308から受信されたデータを記憶する。リポーティングおよび分析構成要素402は、データベース350から受信され、広告追跡識別子フィルタ404によって個人識別情報がフィルタ処理されるデータを要約して、フィルタ処理して、フォーマットする。処理されたデータは、請求書を広告サービングプラットフォーム304に送信する支払い請求構成要素406によって、および/または、オペレータおよびパブリッシャ306とインタラクトする決済構成要素408によって使用される。

【0054】

図4に戻ると、ウィンドウ342は、そのタイプのモバイル通信デバイス308の機能に適した、広告主によって可能にされる通信方法（たとえば、テキストメッセージング、電子メールを送ること、ウェブページ、電話通話など）に適した、および/または市場広告プラットフォーム302のための収入生成の可能性にとって最適な、広告アクションおよびアイコン選択を可能にすることができる。複数のバナーサイズの選択ラジオボタンおよび記述410は、画像選択フィールド344中の選択されたバナー412のレンダリングを変更して、特定のタイプのモバイル通信デバイス308に適するようにすることができる。

【0055】

割り当てられたアイコンによって表される様々なアクションは、組込みのために、ドラッグアンドドロップによって、または選択することによってなどで選択できる。いくつかの適用例では、総合ウィンドウ326で定義された対応するアクション情報を有しないなど、特定の広告に適さない場合、または、そのタイプのモバイル通信デバイス308上で利用可能でない場合、それらのアクションアイコンは使用不能になる（たとえば、グレー表示される）。図示されていないが、モバイル通信デバイス308によってサポートされる場合、選択は複数のアクションを広告に追加できるようにすることができる。代替的にまたは追加として、複数の選択が利用可能なときに好まれるアクション選択の階層を、表示される第1の選択として表示し得る。特定のモバイル通信デバイス308上に実際表示されるアクションアイコンは、ユーザの契約上の関係またはローカルアクセスネットワーク上の制限に適応するように動的に変更できる。たとえば、ユーザがショートメッセージ・サービスの代金を支払っていないことや、または、サービスがあるロケールにおいて利用可能でないことがある。

【0056】

機能を示唆し、ならびに広告の広範囲のインタラクションの可能性を与えるアクションアイコンの例には、限定はしないが、以下のものがある。（1）クリックツーコール（click-to-call）・アイコン420は、発呼を促進するために、広告主によって指定された番号にダイヤルする。（2）クリックツーWAP（ワイヤレス・アプリケーション・プロトコル）・アイコン422は、ブラウザを起動し、ユーザが広告バナー412上で与えられたリンクを手動でタイプできるようにする。（3）クリックツーランディング（click-to-landing）・アイコン424は、ブラウザが前のページまたはホーム・ページに戻ることができるようにし、これは、制限されたスループットワイヤレスチャネルを使用したモバイル通信デバイス308の低速ページローディングのために望まれることがある。（4）クリックツーパンフレット（click-to-brochure）・アイコン426は、広告に関する追加情報の文書記述をレンダリングする。（5）クリックツー電子メール（click-to-email）・アイコン428は、自動化された電子メール応答を広告主に送信する。（6）クリックツークリップ（保持/保存）（click-to-clip(keep/save)）・アイコン430は、後でアクセスするために広告を保存する。（7）クリックツー転送（click-to-forward）・アイコン432は、手動で入力された受信人、またはそのアドレス帳中の受信人に広告を

転送するユーティリティを起動する。(8) クリックツーメッセージ (click-to-message) ・アイコン 434 は、あらかじめ広告主にアドレス指定されたショートメッセージ・ユーティリティにアクセスする。(9) クリックツーコンテンツ (click-to-content) ・アイコン 436 は、広告主によって与えられたウェブリンクにナビゲートする。(10) クリックツーロケート (click-to-locate) ・アイコン 438 は、広告主への、モバイル通信デバイス 308 からのロケーション情報に関しておそらく最も近いロケーションへの地図をポップアップする。(11) クリックツープロモーション (click-to-promotion) ・アイコン 440 は、賞金レース、コンテスト、プロモーションなどに登録する方法に関する情報を活動化することができる。(12) クリックツークーポン (click-to-coupon) ・アイコン 442 は、フルブラウザへの入力、郵送での引替えのために、または割引取引にアクセスするためにモバイル通信デバイス 308 上の小売業者に示すように、バーコード、英数字パスワードなどにアクセスすることができる。(13) クリックツープバイ (click-to-buy) ・アイコン 444 は、購買トランザクションを開始する。いくつかの適用例では、モバイル通信デバイス 308 のサービスプロバイダは、サービス支払い請求にその購買を追加することを含んで、出荷および/または支払い請求情報をデバイス 308 に関連するユーザに与えることによって、トランザクションを向上させることができる。

【0057】

図5に、いくつかの態様による、通信システム500の例示的なバージョンを、一態様による、任意のタイプのコンピュータ化されたデバイスとして示す。たとえば、通信デバイス500は、モバイルワイヤレスおよび/またはセルラー電話を備えることができる。代替的に、通信デバイス500は、プロキシ・コール/セッション・制御機能 (P-CSCF: Proxy Call/Session Control Function) サーバ、ネットワークデバイス、サーバ、コンピュータワークステーションなど、固定の通信デバイスを備えることができる。通信デバイス500は、そのような説明または例示するデバイスに限定されないが、携帯情報端末 (PDA)、双方向テキストページャ、有線またはワイヤレス通信ポータルを有するポータブルコンピュータ、および有線および/またはワイヤレス通信ポータルを有する任意のタイプのコンピュータプラットフォームをさらに含むことができることを理解されたい。さらに通信デバイス500は、リモートスレーブ、またはリモートセンサ、リモートサーバ、診断ツール、データ中継器などの他の同様のデバイスとすることができ、それは、そのエンドユーザを有せず、ワイヤレスまたは有線のネットワーク上でデータを伝達するにすぎない。代替の態様では、通信デバイス500は、固定電話、パーソナルコンピュータ、セットトップボックスなどの有線通信デバイスとすることができる。さらに、単一のタイプまたは複数の前述のタイプの任意の数の通信デバイス500の任意の組合せをセルラー通信システム (図示せず) 中で利用することができることに留意されたい。したがって、本装置および本方法は、それに応じて、限定はしないが、ワイヤレスモデム、PCCIA (Personal Computer Memory Card International Association) カード、アクセス端末、パーソナルコンピュータ、電話、あるいはそれらの任意の組合せまたは部分的な組合せを含む有線またはワイヤレス通信ポータルを含む、任意の形式の有線またはワイヤレスデバイスまたはコンピュータモジュール上で実行できる。

【0058】

さらに、通信デバイス500は、広告を閲覧して、広告とインタラクトすることなどの目的のためにユーザインターフェース502を含むことができる。このユーザインターフェース502は、通信デバイス500へのユーザ入力を生成するかまたは受信するように動作可能な入力デバイス504と、通信デバイス500のユーザによる消費のための情報を生成および/または提示するように動作可能な出力デバイス506とを含む。たとえば入力デバイス502は、キーパッドおよび/またはキーボード、マウス、タッチスクリーンディスプレイ、ボイス認識モジュールに関連したマイクロホンなどの少なくとも1つのデバイスを含むことができる。さらに、たとえば、出力デバイス506は、ディスプレイ、オーディオスピーカ、触覚フィードバック機構などを含むことができる。出力デバイス506は、グラフィカルユーザインターフェース、サウンド、振動などの感覚または点字

10

20

30

40

50

テキスト生成面などを生成することができる。

【0059】

さらに通信デバイス500は、機能をデバイス500に与えるためにアプリケーションを実行するように動作可能なコンピュータプラットフォーム508を含むことができ、コンピュータプラットフォーム508は、入力デバイス504および出力デバイス506とさらにインタラクトすることができる。コンピュータプラットフォーム508は、読み出し専用メモリおよび/またはランダムアクセスメモリ(RAMおよびROM)、消去可能プログラマブル読み出し専用メモリ(EPROM)、電氣的に消去可能なプログラマブル読み出し専用メモリ(EEPROM)、フラッシュメモリ、ならびに/あるいはコンピュータプラットフォームに共通の任意のメモリなど、揮発性および不揮発性メモリ領域を備えることができるメモリを含むことができる。さらにメモリは、電子ファイルシステム、ならびに磁気媒体、光学媒体、テープ、ソフトおよび/またはハードディスク、およびリムーバブルメモリ構成要素などの任意の二次および/または三次記憶デバイスを含むアクティブメモリおよびストレージメモリを含むことができる。例示的なバージョンでは、メモリは、RAMメモリ509および不揮発性ローカルストレージ構成要素510として示され、その両方ともコンピュータプラットフォーム508のデータバス512に接続される。

10

【0060】

さらに、コンピュータプラットフォーム508は、特定用途向け集積回路(ASIC)、または他のチップセット、プロセッサ、論理回路、または他のデータ処理デバイスとすることができるプロセッサ514をも含むことができる。いくつかの態様では、通信デバイス500がセルラー電話を備えるときなど、プロセッサまたは特定用途向け集積回路(ASIC)516などの他の論理は、アプリケーション・プログラミング・インターフェース(API)518を実行することができる、API518は、(たとえば、通信呼制御、アラームクロック、テキストメッセージングなどの)他の機能に対してメモリ509中でアクティブであるアプリケーション(たとえば、ゲーム)520として示される、任意の常駐ソフトウェア構成要素とインターフェースする。本開示の態様に一致するアプリケーションは、他のアプリケーションを省略することができる、および/またはメモリ509においてボイス・コール、データ・コールおよび媒体関連アプリケーションなどのストリーミングコンテンツを受信する能力を省略することができることを本開示の利益とともに諒解されたい。デバイスAPI518は、それぞれの通信デバイス上で実行しているランタイム環境上で動作することができる。1つのそのようなAPI518ランタイム環境は、カリフォルニア州サンディエゴのQUALCOMM社によって開発されたBinary Runtime Environment for Wireless(BREW)API522である。

20

30

【0061】

さらに、プロセッサ514は、通信システム300(図3)上で、通信デバイス500の機能および通信デバイス500の操作可能性を使用可能にするハードウェア、ファームウェア、ソフトウェアおよびそれらの組合せにおいて実施される様々な処理サブシステム524を含むことができる。たとえば、処理サブシステム524は、通信を開始し維持することと、データを他のネットワーク化されたデバイスと、ならびに通信デバイス500の構成要素内で、および/または構成要素間で交換することとを可能にする。一態様では、セルラー電話においてなど、プロセッサ514は、サウンド、不揮発性メモリ、ファイルシステム、送信、受信、検索機能、レイヤ1、レイヤ2、レイヤ3、主制御、リモートプロシージャ、ハンドセット、電力管理、診断、デジタル信号プロセッサ、ボコーダ、メッセージング、コール・マネージャ、Bluetooth(登録商標)システム、Bluetooth L P O S、位置判断、位置エンジン、ユーザインターフェース、スリープ、データサービス、セキュリティ、認証、USIM/SIM(汎用加入者識別モジュール/加入者識別モジュール)、ボイスサービス、グラフィックス、USB(ユニバーサルシリアルバス)、MPEG(Moving picture Experts Group)プロトコル・マルチメディアなどのマルチメディア、GPRS(General Packet Radio Service)、ショートメッセージ・サービス(SM

40

50

S)、ショートボイス・サービス(SVS(商標))、ウェブブラウザなど、処理サブシステム524の1つまたは組合せを含むことができる。開示された態様の場合、プロセッサ514の処理サブシステム524は、コンピュータプラットフォーム508上で実行するアプリケーションとインタラクトする任意のサブシステム構成要素を含むことができる。

【0062】

コンピュータプラットフォーム508は、通信デバイス500の様々な構成要素間の通信を可能にし、ならびに、ユーザインターフェース502上で提示され、および/またはユーザインターフェース502とインタラクトされる広告を受信して追跡することに関係する通信を行うように動作可能である通信モジュール526をさらに含むことができる。通信モジュール526は、ハードウェア、ファームウェア、ソフトウェアおよび/またはそれらの組合せにおいて実施され、イントラデバイス通信およびインターデバイス通信において使用するためのすべてのプロトコルをさらに含むことができる。GPSエンジン528または他のロケーション感知構成要素は、通信デバイス500のロケーション情報を与える。

【0063】

通信デバイス500のこれらの機能のいくつかは、ローカルストレージ510からロードされ、メモリ509中に保持され、プロセッサ514によって実行される、オペレーティングシステム(OS)530のようなコードによって可能とされ得る。ユーザインターフェース(UI)モジュール532は、ユーザインターフェース502とのインタラクション型制御(interactive control)を可能にする。UIモジュール532は、広告インタラクション構成要素534を含み、広告インタラクション構成要素534は、広告クライアント540、より具体的には広告パッケージングTrigletサービスアダプタ542によって順序付けられた広告待ち行列538によって指定された順序で広告キャッシュ536から引き出される特定の広告に、調整されたインタラクション・オプションを与える。広告の使用は、広告追跡構成要素544によってキャプチャされる。ロケーション・リポーティング構成要素546は、デバイスロケーションを選択的に報告する論理を含むことができる。

【0064】

一態様では、UIモジュール532は、キーワードを推測する基となるキーワードまたはデータをキャプチャするために、すべてのユーザ入力を監視するキーワードモニタ547を含むことができる。それによって、いかなるアプリケーションまたは通信機能が利用されていても、キーワードに関連するこのユーザ・ビヘイビアをキャプチャすることができる。

【0065】

一態様によれば、BREW API 522は、そのタイプの通信デバイス500に対して特に書き込む必要なしに、デバイスAPI 518および他の機能呼び出す能力をアプリケーションに与える。したがって、通信デバイス500上のエンドツーエンドのモバイル広告のためのアプリケーション520または構成要素は、いくつかのハードウェア態様を抽出するBREW API 522によって与えられた動作環境内のいくつかの異なるタイプのハードウェアの構成上で、同じように、またはわずかな変更で動作することができる。BREW拡張548は、MP3プレーヤ、Java仮想マシンなどを提供するなどの追加の機能をBREW API 522のプログラミングプラットフォームに追加する。一例として、UIモジュール532はBREW拡張548とすることができる。

【0066】

通信システム300(図3)上で計算オーバーヘッドを分散させ、および/または送信オーバーヘッドを低減させるために、人工知能(AI)構成要素550および/またはルールベース(rule-based)論理構成要素552は、リポーティングのためにユーザ・ビヘイビアを推測し、報告可能な広告関連のイベントがいつ発生したかに関して判断を行い、および/または、間欠的ロケーション感知などに基づいてロケーションを外挿することが

10

20

30

40

50

できる。

【 0 0 6 7 】

ルールベース論理構成要素 5 5 2 を採用して、本明細書で説明または示唆するいくつかの機能を自動化することができる。この代替の態様によれば、実装方式（たとえば、ルール）を適用して、作用されるべきか、または無視されるべき属性のタイプを定義し、言語要素を属性に相関させ、広告閲覧が行われているかどうかを判断するために、ステータスを感知し、最後のユーザ・インタラクションにおける遅延を感知するロケーションを認識するルールを生成することなどができる。例として、ルールベースの実装形態は、広告によって部分的に割り込まれることがあるユーザ・インタラクションのタイプに対する基準を自動的に定義することができることを諒解されたい。たとえば、ゲームのローディング中に、広告をフルスクリーンに表示させることができる。ハーフスクリーン・アプリケーション、たとえば、テキストメッセージング・アプリケーションが動作しているとき、たとえば、補助金を支給されたサービスレートを受信するために、ユーザが選択的に使用可能にすることができる広告バナーを表示することができる。ルールベース論理構成要素 5 5 2 は、ユーザが広告と直接インタラクトしないとされた推測に回答して、クリックツールアクション広告に優先してインプレッション広告を要求することができる。それに回答して、ルールベースの実装形態は、所与の通知の量、与えられた詳細のレベルを変更することができる、および/またはリセットを生じることになる編集を完全に防止することができる。

10

【 0 0 6 8 】

A I 構成要素 5 5 0 は、ユーザ・ビヘイビアを予測すること、間欠的ロケーション・データを外挿すること、機械学習 (machine learning) に基づいて広告インタラクション・オプションを調整することなど、本明細書で説明する 1 つまたは複数の機能の実行を自動化することを可能にする。したがって、様々な A I ベースの方式を採用することにより、その様々な態様を実施するのを支援することができる。たとえば、ビヘイビア・プロフィールを生成するために、ユーザのロケーションがロケーションのデータベースに対して分析される学習モードで、A I 構成要素 5 5 0 をトレーニングすることができる。次いで、ユーザ・ビヘイビアのいくつかのパターンを分類することができる。

20

【 0 0 6 9 】

分類器 (classifier) は、入力属性ベクトル $x = (x_1, x_2, x_3, x_4, x_n)$ をクラスラベル、クラス (x) にマッピングする関数である。分類器はまた、入力がクラスに属するという信頼度、すなわち $f(x) = \text{信頼度(クラス}(x))$ を出力することができる。そのような分類は、(たとえば、分析ユーティリティおよびコストに因数分解する) 確率的小および/または統計ベースの分析を採用して、ユーザが自動的に実行されることを望むアクションを予測または推測することができる。

30

【 0 0 7 0 】

サポートベクターマシン (SVM: support vector machine) は、採用できる分類器の一例である。SVM は、最適な方法で非トリガイメントからトリガイメントを分割する可能な入力の空間において超曲面を発見することによって動作する。ナイーブベイズ (Naive Bayes)、ベイジアンネットワーク (Bayesian network)、決定ツリー (decision tree)、ニューラルネットワーク、ファジィ論理モデル、最大エントロピーモデルなどを含む他の分類手法を採用しても良い。本明細書で使用される分類はまた、優先順位のモデルを開発するために利用される統計的回帰を含む。

40

【 0 0 7 1 】

本明細書から容易に諒解されるように、本開示は (たとえば、複数のユーザからの一般的なトレーニングデータによって) あらかじめトレーニングされた分類器、ならびに (たとえば、ユーザ・ビヘイビアの観察、傾向の観察、外部情報の受信による) 強化学習の方法を採用することができる。したがって、本開示を使用して、限定はしないが、所定の基準に従って、問題のリセット条件を構成するもの、差し迫ったコントローラのリセットを伝達すべきとき/場合、コントローラのリセットを防止すべきとき/場合、交換すべきデ

50

ータのタイプの選好、などを判断することを含むいくつかの機能を自動的に学習し、実行することができる。

【0072】

図6において、図3の通信システムによって大部分は実行されるモバイル通信デバイス広告のための方法600が、一態様によれば、広告管理者がモバイル通信デバイス上での展開のために広告を準備するブロック602において開始する。ブロック604において、モバイル通信デバイスクライアントは、市場プラットフォーム（たとえば、uiOne（商標）デリバリーシステム（UDS））から、バナー広告などの新しい広告を要求する。ブロック606において、UDSの広告パッケージングTSA（Triglet Service Adapter）は、複数の広告（たとえば、画像、メタデータなど）を要求する。次に、ブロック608において、モバイル通信デバイスが広告を受信して、ユーザインターフェースはバナー広告を表示する。ブロック610において、広告は、広告とインタラクトするか、または広告に回答する1つまたは複数の方法をユーザに与える。たとえば、ブロック612において、「クリックツーグランズ」動作がワイヤレスアプリケーションプロトコル（WAP）ブラウザを活性化する。別の例として、「クリックツーコール」は、自動的に呼び出されるか、または614において「コールダイヤラー」として示された、広告上に表示される電話番号に相関する手動でダイヤルされるコールである。さらに別の例として、ユーザインターフェースは、ブロック616に示すクーポンクリッピング機能を与えることができる。ブロック618において、このインタラクションに回答して、モバイル通信デバイスは、要求された広告アクションを起動する。次いで、ブロック620において、広告使用を報告するためにこのインタラクションを追跡する。

【0073】

図7において、エンドツーエンドのモバイル広告のための方法700は、モバイル通信デバイスのロケーション感知によって可能になる機能を含むことができる。ブロック702において、人口統計プロファイリングが収集され、維持されるが、一実施形態によれば、そのような入力に与えられる重みを制限することができる。ブロック703において、デバイスのユーザのビヘイビア選好を推測することができるモバイル通信デバイスからのロケーション報告に基づいて、ロケーションベースのビヘイビア・プロファイリングが実行される。このプロセスについては、図8に関して以下で論じる。

【0074】

ブロック704において、図12に関して以下でより詳細に論じる、広告アイコンアクションを選択し、評価するための方法は、モバイル通信デバイスにおいておよび/または広告主について利用可能とすることができる増加した通信オプション（increased communication options）を活用する。

【0075】

ブロック705において、ユーザのビヘイビア・プロファイリングは、WAPブラウザに入力されたキーワードおよびモバイル通信デバイス308とその他のインタラクションをキャプチャすることによって向上される。インタラクションのより広い範囲を包含するために、ユーティリティは、表示されていることにおそらく相関するキーストロークをキャプチャするためにユーザインターフェースを直接監視することができる。代替的にまたは追加として、特に制限された機能のモバイル通信デバイス308のために、キーワード特徴づけを通信システムの上流で行うことができる。

【0076】

ブロック706において、図6について上述したように、ロケーション使用不能（location-disabled）なモバイル通信デバイスをサポートして、マイクロ・ターゲティングされた広告プロセスは実行される。ブロック710において、図9に関して以下で論じる別の態様は、リーチ・フリークエンシー・時間広告（reach-frequency-time advertising）を提供する。ブロック712において、図10に関して以下で論じる追加の態様は、インターセプター広告キャンペーンを実行するために、ロケーションおよびメトリックタグ付け機能を活用する。ブロック714において、図11に関して以下で論じるまたさらな

10

20

30

40

50

る態様は、時限クーポン広告 (timed couponing advertisements) を与えるために、メトリックタグ付け機能 (metric tagging capabilities) を活用する。

【 0 0 7 7 】

クリティカル・マス・ビルボード (critical mass billboard) 広告方法 (ブロック 7 1 6) は、図 1 3 に関して以下で論じるように、モバイル通信デバイスのためのロケーション情報が動的公衆広告ディスプレイとともに使用される場合に実行され得る。また、ユーザーターゲット広告を実行することを望む信頼できるエンティティに対して消費者間広告を実行することができる (ブロック 7 1 8)。

【 0 0 7 8 】

ブロック 7 2 0 において、広告追跡 (advertising tracking) は、広告とのユーザ・インタラクションの追跡を全体的にまたは部分的に備えることができる。一態様では、ユーザ・インタラクションは、クリックによって広告主のウェブページにナビゲートできるようにするクリックツーアクション (ブロック 7 2 2) を備えることができる。クリックツーアクションはまた、広告主からのコールを受信したいか、または広告主に発呼したいという要求を呼び出すことができる。クリックツーアクションはまた、SMS または他の通信チャネルを呼び出すことができる。別の態様では、ユーザ・インタラクションは、ユーザが後で閲覧するために広告をクリップできるようにするクリックツークリップ (ブロック 7 2 4) とすることができる。たとえば、ゲームプレイの最中で広告をクリップすることは、ユーザのエクスペリエンスを中断することを回避する。エンターテインメントまたは情報の値をユーザに与える一方、広告主のためにインプレッション広告またはブランド広告として役立つバイラルビデオ (viral video) などのプロモーションのコンテンツを、繰り返し閲覧するために保存することができる。さらなる態様として、ブロック 7 2 6 において、ユーザ・インタラクションはクリックツーロケットとすることができる。たとえば、広告を活性化することは、ナビゲーション情報を広告主のロケーションに送り出すことができる。クリックツーロケットは、広告主のロケーションに入ることとして感知されることを備えることができ、それは、成功したインプレッション広告として考えられる。クリックツーロケットは、ユーザに、電子割引クーポンとして、ユーザの公告の広告主に対するディスプレイさせること、を備え、これは、成功を追跡する (tracking of success) ために手動でまたは自動的に広告と相互に関連付けられ得る。さらに別の態様では、ユーザ・インタラクションはクリックツーグランズ (ブロック 7 2 8) を備えることができ、アプリケーションはモバイル通信デバイスのユーザインターフェースの別のウィンドウにおいて起動される。ブロック 7 3 0 において、広告に関連するユーザ応答は、ユーザ・ビヘイビア・プロファイルを追跡し、更新するためのソースとすることができる。

【 0 0 7 9 】

図 8 において、一実施形態による、ロケーション情報に基づくビヘイビア (location-informed behavioral) を実行するための方法 8 0 0 は、ブロック 8 0 2 において広告主および競合者のロケーション・データベースを維持することを備えることができる。そのようなロケーション相関は、エンドツーエンドのモバイル広告に関して取り上げられる予想広告主を含むことができる。ブロック 8 0 4 において、モバイル加入者のロケーションを監視する。ブロック 8 0 6 において加入者が監視されたロケーションにいると判断したとき、次いで、ブロック 8 0 8 において、推定されるトランザクション・ビヘイビアを記憶する。ブロック 8 1 0 において、ユーザのビヘイビア・プロファイルを向上させるために、1 つまたは複数のそのような推定されたトランザクション・ビヘイビアの例からパターンを相関させる。

【 0 0 8 0 】

図 9 において、一態様による、リーチ・フリークエンシー・時間広告のための方法 9 0 0 は、ブロック 9 0 2 において、商品またはサービスの特定の広告から利益を得ることができるモバイル通信デバイスのビヘイビア/人口統計集団を予測することから開始する。ブロック 9 0 4 において、マイクロ・ターゲティングされた広告をこの予測された集団に送信する。ブロック 9 0 5 において、コーリング (calling) ・スクリーン、テキスト

10

20

30

40

50

メッセージング・スクリーン、ウェブページ・ブラウジング・スクリーン、ゲーム・スクリーン、（たとえば、計算器、カレンダー、連絡先リスト、ノートパッドなどの）パーソナル・オーガナイザー・スクリーンの使用など、ユーザインターフェース（UI）の様々な使用を監視する。利用可能な画面サイズなどに応じて、広告スペースは、使用中に、またはスクリーンをロードおよび/または終了するときのいずれかに利用可能である。ブロック906において、デバイスで、ユーザインターフェース（UI）上に広告を提示するための機会が認識される。たとえば、ユーザがメニューオプションなどを選択すると、デバイスUIが活動化されるので、UIがアクティブになり、広告の閲覧が推定できる。

【0081】

ブロック908において、デバイス上にキャッシュされたそれらの広告から広告が選択される。ブロック910において、提示のために待ち行列に入れられた次の広告が満了したと判断した場合、ブロック912において、待ち行列中の次の広告が選択される。ブロック914において、満了していない広告にアクセスすると、その広告はUI上で提示（たとえば、表示）される。ブロック916において、この広告の使用の追跡が、増分されたフリークエンシーカウント（increased frequency count）で更新され、ブロック918において、表示されている累積継続時間が監視される。ブロック920において、ユーザが、広告バナーを離れる（leave）であろうアクションを行わなかった場合、ブロック922において、この特定のフリークエンシーカウントまたはこのモバイル通信デバイス上での表示の合計継続時間のいずれかについて、時間ターゲットに達したかどうかに関する更なる判断が行われる。そうでなければ、処理はブロック918に戻る。ブロック922において、時間制限に達した場合、924において、その広告を待ち行列中の次の広告と交換し、処理はブロック906に戻る。ブロック920において、ユーザが広告バナーを残す（leave）ことを保証するアクションを行った場合、ブロック926において、フリークエンシーカウント・ターゲットに達したかどうかに関する更なる判断が行われる。そうでなければ、ブロック928において、好適な間隔の後繰り返されるように、広告を待ち行列中に戻すかまたは維持し、処理はブロック906に戻る。ブロック926において、フリークエンシーカウント・ターゲットに達した場合、ブロック924において、広告は待ち行列中で交換され、処理はブロック906に戻る。

【0082】

フリークエンシーおよび継続時間は、ワイヤレスデバイスの一定の使用に関連するように指定できる。広告主は、ゲームをするために自分のワイヤレスデバイスを使用するユーザに対してゲーム広告を実行することのみを望むことがある。別の例として、ユーザがこのサービスの代金をキャリアに支払っているとき、電話としての使用は広告を省略することができる。対照的に、ゲームの割引またはデモンストレーション・バージョンを、補助金を支給されたコストを保証する広告とともに受け取ることができる。しかしながら、例示的な態様において、広告の助けとなるユーザインターフェース（UI）のすべての使用は、広告を表示する機会として使用できる。フリークエンシーおよび継続時間の計算は各提示をカウントする。したがって、相互コンテンツ広告は、広告キャンペーンのとき、複数のタイプのワイヤレスデバイスの使用を含む。例示的な例として、そのビヘイビアおよび人口統計プロファイルによって判断された14歳の男性のスケートボード・ファンである、ワイヤレスデバイスユーザのジョーイを考える。スポーツシューズ広告主は、加入者がそれらのハンドセット上で4回で合計30秒間、シューズの広告を閲覧しなければならないように指示する。ジョーイは、スケートボード・ゲームをプレイすることの一部として、シューズの広告を閲覧し、次いで、株価を受信するためにFinancial News Networkウェブページに進み、シューズの広告主から同じ広告キャンペーンを受信し、これは、その広告の2回目の閲覧および30秒の継続時間の一部としてカウントされる。ジョーイは、彼のu i O n e（商標）Homescreeenを含むどんなコンテンツを閲覧しても、メトリックが満たされるまで、シューズの広告を見る。

【0083】

図10において、一態様による、インターセプター・マイクロ・ターゲティング広告

10

20

30

40

50

のための方法 940 は、ブロック 942 においてトランザクションを予測するために、ロケーション情報に基づくビヘイビア・プロファイルを利用することによって開始する。予測されたトランザクションが競合者のビジネスにあるとき、広告を要求するか、または広告を広告キャッシュ中にインターセプター広告機会として配置する。たとえば、広告主が、競合者に向かっている人々に広告を送信することを選択した場合、広告支払い請求レートを増加することができる。したがって、収入最適化広告オークションは、そのような機会の優先順位を増加させることができる。

【0084】

いくつかの態様では、広告が提示された場合、広告主は、ユーザが最もビヘイビアを変更しやすいとき、機会の固有のウィンドウをターゲットにすることを選択する。したがって、ブロック 946 において、広告キャンペーンによって指定された提示基準に適合するために、モバイル加入者のロケーションおよび時間/日付を監視する。たとえば、ユーザは、金曜日の正午に昼食のために競合者のレストランに行く傾向がある。広告主は、11:30 に、および/またはユーザが現在の平均速度に基づいて広告主のビジネスまで 3 分の移動の範囲内にいるとき、および/またはユーザが競合者のロケーションの半マイルの範囲内にいるとき、広告をそのようなユーザに提示することを選択することができる。ブロック 948 において、時間/近接度メトリックがトリガされたかどうかに関して判断が行われる。そうであれば、ブロック 950 において、インターセプター広告が提示される。図示されていないが、ユーザは、広告の成功と考えられる方法で、広告とインタラクトすることができる。ブロック 952 に示すように、インプレッション広告の場合では、モバイル加入者のロケーションを監視する。ブロック 954 において、競合者ロケーションを入力した場合、ブロック 956 において、この場合では失敗したものとして広告を追跡する。ブロック 954 において、競合者ロケーションでない場合、ブロック 958 において、インターセプター広告主ロケーションに入ったかどうかに関して判断を行う。そうであれば、ブロック 960 において、広告を成功したものとして追跡する。任意の妥当な時間期間内に競合者またはインターセプターロケーションに入っていない場合、ブロック 962 において、広告は、決定的でない効果を有しているものとして追跡される。

【0085】

図 11 において、一態様による、モバイル通信デバイス上の時限クーポンのための方法 970 は、ブロック 972 において、広告リポジトリ (advertising repository) 中の広告に関連する、時間タグ付けメトリック (たとえば、開始時間、ターゲット時間および/または終了時間) を利用する。ブロック 974 において、モバイルデバイス中の広告キャッシュが、時限クーポン広告でリフレッシュされる。ブロック 976 において、時限クーポン広告がスケジュールメトリック内で提示することをスケジュールされるように、広告待ち行列が最適化される。次いで、ブロック 978 において、広告がユーザインターフェースに必要とされるかの判断が行われる。そうであれば、ブロック 980 において、任意の開始時間メトリックが満たされたことを確認する更なる判断が行われる。そうでなければ、待ち行列中の次の広告が選択され、処理はブロック 980 に戻る。ブロック 980 において、開始時間が満たされた場合、ブロック 984 において、終了時間を越えたかどうかに関する更なる判断が行われる。そうであれば、ブロック 986 において、待ち行列からその広告が削除され、ブロック 982 において、待ち行列中の次の広告が選択される。ブロック 984 において、広告終了時間を越えなかった場合、ブロック 988 において、広告を UI 上に表示する。

【0086】

図 12 において、一態様による、モバイル通信デバイスに適した広告アイコンアクションを選択するための方法 1200 は、限定はしないが、クリックツーコール、クリックツーパンフレット、クリックツークリップ、クリックツーメッセージ、クリックツーロケート、クリックツー WAP、クリックツー電子メール、クリックツー転送、クリックツープロモーション、クリックツークーポン、クリックツーパーおおよびクリックツータンディングを含むすべての可能なアクションに対して示唆し、動作可能な広告アイコンを定義する

10

20

30

40

50

ことによって開始する(ブロック1202)。利用可能なワークフローのタイプ(たとえば、通信チャネル)に対する制限、ユーザインターフェースの入力および出力に対する制限などを判断するために、クライアントデバイス構成がアクセスされる(ブロック1204)。デバイスのタイプに適した広告アクションおよびアイコンのサブセットが提示される。リストはまた、どの広告アイコンが活性化すべき広告主に関する十分な情報(たとえば、電子メールアドレス、電話番号、ウェブサイト、パンフレットに対するuniform resource locator (URL)など)を供給されたかを示すことができる(ブロック1206)。特に、例示的な実装形態では、リストはアクションのセットを含み、各アクションは、アイコンまたはアイコン参照およびワークフローコマンドおよびパラメータ(たとえば、BREWプラットフォーム上のBREW URI)を含む。自動的またはユーザプロンプトを用いてのいずれかの選択プロセスは、広告アクションアイコンの配置および構成を含むように案内することができる。選択は、様々なタイプの活性化の広告主に対して相対的な値によって影響を受けることがあり、示唆またはレンダリングのための階層を組み込む(ブロック1208)。

【0087】

図13において、一実施形態による、クリティカル・マス・ビルボード広告のための方法1300は、モバイル通信デバイスの集団のロケーションを追跡することを含む(ブロック1302)。動的公衆広告ディスプレイの近傍内にあると感知されるクライアントデバイスについて判断を行う(ブロック1304)。適切な広告を選択するために、クライアントデバイスの近位のユーザの人口統計および/またはビヘイビア・プロファイルにアクセスする(ブロック1306)。この集団データに基づいて、適切な広告入札がアクセスされる(ブロック1308)。感知された集団に基づいて、最高の入札を生成する広告を選択することによって、収入が最適化される(ブロック1310)。

【0088】

図14において、消費者間広告のための方法1400は、市場プラットフォームの広告配信機能を活用する。一実施形態によれば、特定の信頼できるエンティティ(たとえば、個人、共済組合)に対してユーザ許可が検証される(ブロック1402)。広告購買に対して時間制約が定義される(たとえば、休日、誕生日、会合イベントの近くなど)(ブロック1404)。インタラクション型オプション(interactive option)が広告に組み込まれる(ブロック1406)。ユーザ・ビヘイビアが、広告を提示するための時間ウィンドウ内での機会について監視される(ブロック1408)。モバイル通信デバイスのユーザインターフェース上に広告が提示される(ブロック1410)。

【0089】

図15において、例示的なネットワーク配信デバイス1500は、広告コンテンツをモバイル通信デバイスに配信するためのコンピュータ読み取り可能な記憶媒体(メモリ)1504中のモジュールを実行するための少なくとも1つのプロセッサ1502を有する。ネットワーク配信デバイス1500は、市場プラットフォーム106、302(図1~図3)を備えるか、またはその機能の一部を実行することができる。示される例示的なモジュールでは、第1のモジュール1506は、第1コンピューティング環境内で広告を提示する機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクション(user interaction)を監視する手段を提供する。第2のモジュール1508は、エクスポージャ・メトリック(exposure metric)を追跡しつつ、クライアントデバイス上のユーザに、選択された広告を提示する手段を提供する。第3のモジュール1510は、広告ターゲットを満たすためにエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第2コンピューティング環境内で、ユーザに選択された広告を提示する別の機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視する手段を提供する。

【0090】

図16において、例示的なモバイル配信デバイス1600は、コンピュータ読み取り可能な記憶媒体(メモリ)1604中の、広告を提示するためのモジュールを実行するための少なくとも1つのプロセッサ1602を有する。示される例示的なモジュールでは、第

10

20

30

40

50

1のモジュール1606は、エクスポージャ・メトリック(exposure metric)を追跡しつつ、クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をユーザに配信する手段を提供する。第2のモジュール1608は、第1コンピューティング環境内で広告を提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクション(user interaction)を監視するようクライアントデバイスに命令する手段を提供する。第3のモジュール1610は、広告ターゲットを満たすためにエクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第2コンピューティング環境内で、ユーザに選択された広告を提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するようクライアントデバイスに命令する手段を提供する。

【0091】

本明細書で説明する態様は、ネットワークレベル・ストレージおよび処理のいくつかの機能と、モバイル通信デバイスによって実行するための他の機能とを分離することを諒解されたい。態様に一致する適用例は、集中型ロケーションにおいて計算オーバーヘッドを低減するように、および/または通信負荷を低減するようにより多くの分散処理をもつ構成を含むことができることを本開示の利益とともに諒解されたい。代替的に、機能が制限されたいいくつかのモバイルデバイスに、追加の処理を集中してモバイル広告をサービスすることができる。

【0092】

本明細書で開示したバージョンに関連して説明した様々な例示的な論理、論理ブロック、モジュール、および回路は、汎用プロセッサ、デジタル信号プロセッサ(DSP)、特定用途向け集積回路(ASIC)、フィールドプログラマブルゲートアレイ(FPGA)または他のプログラマブル論理デバイス、ディスクリートゲートまたはトランジスタロジック、ディスクリートハードウェア構成要素、あるいは本明細書で説明した機能を実行するように設計されたそれらの任意の組合せを用いて実装または実行できる。汎用プロセッサはマイクロプロセッサとすることができるが、代替として、プロセッサは、任意の従来プロセッサ、コントローラ、マイクロコントローラ、またはステートマシーンとすることができる。プロセッサはまた、コンピューティングデバイスの組合せとして、たとえば、DSPとマイクロプロセッサの組合せ、複数のマイクロプロセッサ、DSPコアと連携する1つまたは複数のマイクロプロセッサ、あるいは任意の他のそのような構成として実装できる。さらに、少なくとも1つのプロセッサは、上述のステップおよび/またはアクションの1つまたは複数を実行するように動作可能な1つまたは複数のモジュールを備えることができる。

【0093】

さらに、本明細書で開示された態様に関して説明した方法またはアルゴリズムのステップおよび/またはアクションは、直接ハードウェアで実施するか、プロセッサによって実行されるソフトウェアモジュールで実施するか、またはその2つの組合せで実施することができる。ソフトウェアモジュールは、RAMメモリ、フラッシュメモリ、ROMメモリ、EPROMメモリ、EEPROMメモリ、レジスタ、ハードディスク、リムーバブルディスク、CD-ROM、または当技術分野で知られている他の形態の記憶媒体中に常駐することができる。例示的な記憶媒体は、プロセッサが記憶媒体から情報を読むことができ、記憶媒体に情報を書き込むことができるようにプロセッサに結合できる。代替として、記憶媒体はプロセッサに一体化することができる。さらに、いくつかの態様では、プロセッサおよび記憶媒体はASIC中に常駐することができる。さらに、ASICはユーザ端末内に常駐することができる。代替として、プロセッサおよび記憶媒体は、ユーザ端末内に個別構成要素として常駐することもできる。さらに、いくつかの態様では、方法またはアルゴリズムのステップおよび/またはアクションは、コンピュータプログラム製品に組み込むことができる、機器読み取り可能な媒体および/またはコンピュータ読み取り可能な媒体上のコードおよび/または命令の1つまたは任意の組合せ、あるいはそのセットとして常駐することができる。

【0094】

上記の開示は例示的な態様および/または実装形態について論じたが、添付の特許請求

10

20

30

40

50

の範囲によって定義された、説明した態様および/または実装形態の範囲から逸脱することなく、様々な変更および修正を本明細書で行うことができることに留意されたい。さらに、説明した態様および/または実装形態の要素が単数形で説明または請求されていることがあるが、単数形に限定することが明示的に述べられていない限り、複数形が企図される。さらに、いずれの態様および/または実装形態の全部または一部も、別段の記述がない限り、他の態様および/または実装形態の全部または一部とともに利用できる。

以下に、本願出願時の特許請求の範囲に記載された発明を付記する。

[1] 広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示する方法であって、
第 1 コンピューティング環境内で広告を提示する機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクション (user interaction) を監視することと、
エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに、選択された広告を提示することと、
広告ターゲットを満たすように前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第 2 コンピューティング環境内で、前記ユーザに前記選択された広告を提示する別の機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視することと
を備える方法。

10

[2] 第 1 クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられたアプリケーションの第 1 コンピューティング環境内で、ユーザ・インタラクションを監視することと

前記第 1 クライアントデバイスの前記ユーザインターフェース上に与えられた別のアプリケーションの前記第 2 コンピューティング環境内で、ユーザ・インタラクションを監視することと

20

を更に備える [1] の方法。

[3] ブラウザスクリーン、ワイヤレスデバイスメニュースクリーン、及びゲームコンソールスクリーンからなるグループのうちの前記第 1 コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションを監視することと、

前記グループのうちの前記第 2 コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションを監視することと

を更に備える [2] の方法。

[4] 第 1 クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられたアプリケーションの第 1 コンピューティング環境内で、ユーザ・インタラクションを監視することと

30

第 2 クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられた別のアプリケーションの前記第 2 コンピューティング環境内で、ユーザ・インタラクションを監視することと

を更に備える [1] の方法。

[5] モバイル通信デバイスを備える前記第 1 クライアントデバイスの地理的ロケーションを感知することと、

前記第 2 クライアントデバイスに対する前記第 1 クライアントデバイスの、物理的な近接度を判断することと

40

を更に備える [4] の方法。

[6] 提示された回数の総数によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを追跡すること、を更に備える [1] の方法。

[7] 継続期間によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを追跡すること、を更に備える [1] の方法。

[8] 前記継続期間と、提示された回数の総数との両方によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを追跡すること、を更に備える [7] の方法。

[9] 前記ユーザを特徴付けるために、前記ユーザのクライアントデバイスの、感知されたビヘイビア・データ (behavior data) を収集することと、

50

前記ユーザの前記特徴付けに基づいて選択された提示のための広告を受信することと、有効性を示すために、時間的に近接するユーザ・レスポンスを前記広告の提示に関連させ、報告することと

を更に備える [1] の方法。

[1 0] 前記クライアントデバイスのロケーションを、前記広告に関するビジネスのロケーションに関連付けることにより、前記ユーザを特徴付けること、を更に備える [9] の方法。

[1 1] 前記ユーザ・インタラクションを監視することは、前記クライアントデバイスのユーザインターフェースに対する、最近のユーザの制御入力を検出すること、を備える [1] の方法。

10

[1 2] 有効性を示すために、時間的に近接するユーザ・レスポンスを前記広告の提示に関連させ、報告すること、を更に備える [1] の方法。

[1 3] ユーザ・インタラクションを検出することにより、前記ユーザ・レスポンスを、前記クライアントデバイスのユーザインターフェース上に提示された広告に関連させ、報告すること、を更に備える [1 2] の方法。

[1 4] モバイル通信デバイスを備える第 1 クライアントデバイスのロケーションを、前記広告に関連付けられたビジネスに対応すると特定することにより、前記ユーザ・レスポンスを関連させ、報告すること、を更に備える [1 2] の方法。

[1 5] 前記広告に関連付けられたビジネスに前記ユーザがコール (call) したと判断することにより、前記ユーザ・レスポンスを関連させ、報告すること、を更に備える [1 2] の方法。

20

[1 6] 前記広告に関連付けられたビジネスに自動的にダイヤルする、前記広告内のリンクを、前記ユーザが活性化させたと判断することにより、前記ユーザ・レスポンスを関連させ、報告すること、を更に備える [1 2] の方法。

[1 7] 前記クライアントデバイスのユーザインターフェースを介した更なるアクセスのために、前記広告を保存するための入力を、ユーザが行ったと判断することにより、前記ユーザ・レスポンスを関連させ、報告すること、を更に備える [1 2] の方法。

[1 8] ユーザの識別情報を削除することにより、前記ユーザ・レスポンスの前記報告を非個人化 (depersonalize) すること、を更に備える [1 2] の方法。

[1 9] 広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示するように構成された少なくとも 1 つのプロセッサであって、

30

第 1 コンピューティング環境内で広告を提示する機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクション (user interaction) を監視するモジュールと、
エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに、選択された広告を提示するモジュールと、

広告ターゲットを満たすように前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第 2 コンピューティング環境内で、前記ユーザに前記選択された広告を提示する別の機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視するモジュールと

を備えるプロセッサ。

40

[2 0] 広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示するコンピュータプログラム製品であって、

第 1 コンピューティング環境内で広告を提示する機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクション (user interaction) を監視することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と、

エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに、選択された広告を提示することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と、

広告ターゲットを満たすように前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第 2 コンピューティング環境内で、前記ユーザに前記選択された広告を提示する別の機会を決定

50

するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視することをコンピュータに行わせるための少なくとも1つの命令と

を備えるコンピュータ読み取り可能な媒体を備えるコンピュータプログラム製品。

[2 1] 広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示する装置であって、

第1コンピューティング環境内で広告を提示する機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクション (user interaction) を監視する手段と、

エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、前記クライアントデバイス上の前記ユーザに、選択された広告を提示する手段と、

広告ターゲットを満たすように前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第2コンピューティング環境内で、前記ユーザに前記選択された広告を提示する別の機会を決定するために、クライアントデバイスとのユーザ・インタラクションを監視する手段と

を備える装置。

[2 2] 広告コンテンツをクライアントデバイス上で提示する装置であって、

第1及び第2コンピューティング環境と、

前記第1及び第2のコンピューティング環境の両方内で連続して広告を提示する機会を決定するために、前記第1及び第2コンピューティング環境とのユーザ・インタラクション (user interaction) に応答するモニタ要素と、

前記第1及び第2のコンピューティング環境の両方内での提示により部分的に満たされたエクスポージャ・メトリック (exposure metric) を判断する追跡要素と

を備える装置。

[2 3] 前記第1コンピューティング環境は、第1クライアントデバイスのユーザインターフェースを備え、

前記第2コンピューティング環境は、第2クライアントデバイスのユーザインターフェースを備える、[2 2] の装置。

[2 4] モバイル通信デバイスを備える前記第1クライアントデバイスの地理的ロケーションを感知するロケーション感知要素と、

前記第2クライアントデバイスに対する前記第1クライアントデバイスの近接度を判断する物理的近接度要素と

を更に備える [2 3] の装置。

[2 5] ブラウザスクリーン、ワイヤレスデバイスメニュースクリーン、及びゲームコンソールスクリーンからなるグループのうちの選択された少なくとも2つの前記第1及び第2コンピューティング環境を与えるユーザインターフェース、を更に備える [2 2] の装置。

[2 6] 提示された広告とのユーザ・インタラクションを実行可能な前記第1コンピューティング環境を与える第1クライアントデバイスのグラフィカルユーザインターフェース、を更に備える [2 2] の装置。

[2 7] 前記追跡要素は、提示された回数の総数によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを判断する、[2 2] の装置。

[2 8] 前記追跡要素は、継続期間によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを判断する、[2 2] の装置。

[2 9] 前記追跡要素は、前記継続期間と、提示された回数の総数との両方によって定義された広告ターゲットを満足するように、前記エクスポージャ・メトリックを判断する、[2 8] の装置。

[3 0] 広告コンテンツをクライアントデバイスに配信する方法であって、

エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をユーザに配信することと、

第1コンピューティング環境内で前記広告を提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクション (user interaction) を監視するよう第1クライアントデバイスに命令することと、

広告ターゲットを満たすように前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第2コ

10

20

30

40

50

ンピューティング環境内で、前記ユーザに前記選択された広告を提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するよう第2クライアントデバイスに命令することと

を備える方法。

[31] 前記第1クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられたアプリケーションの前記第1コンピューティング環境内でユーザ・インタラクションを監視するよう、前記第1クライアントデバイスに命令することと、

前記第1クライアントデバイスの前記ユーザインターフェース上に与えられた別のアプリケーションの前記第2コンピューティング環境内でユーザ・インタラクションを監視するよう、前記第2クライアントデバイスに命令することと

を更に備える[30]の方法。

[32] ブラウザスクリーン、ワイヤレスデバイスメニュースクリーン、またはゲームコンソールスクリーンからなるグループのうちの選択された1つの前記第1コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションを監視するよう、前記第1クライアントデバイスに命令することと、

前記グループのうちの別の1つの前記第2コンピューティング環境とのユーザ・インタラクションを監視するよう、前記第2クライアントデバイスに命令することと

を更に備える[31]の方法。

[33] 前記第1クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられたアプリケーションの前記第1コンピューティング環境内で、ユーザ・インタラクションの監視を命令することと、

前記第2クライアントデバイスのユーザインターフェース上に与えられた別のアプリケーションの前記第2コンピューティング環境内で、ユーザ・インタラクションの監視を命令することと

を更に備える[30]の方法。

[34] モバイル通信デバイスを備える前記第1クライアントデバイスの地理的ロケーションを判断することと、

前記第2クライアントデバイスに対する前記第1クライアントデバイスの、物理的な近接度を判断することと

を更に備える[33]の方法。

[35] 前記エクスポージャ・メトリックを、提示された回数の総数として広告ターゲットを定義する前記広告にタグ付けすること、を更に備える[30]の方法。

[36] 前記エクスポージャ・メトリックを、継続期間として広告ターゲットを定義する前記広告にタグ付けすること、を更に備える[30]の方法。

[37] 前記エクスポージャ・メトリックを、前記継続期間と、提示された回数の総数との両方として前記広告ターゲットを定義する前記広告にタグ付けすること、を更に備える[36]の方法。

[38] ビヘイビア (behavior) に基づいて、前記第1クライアントデバイスの前記ユーザを特徴付けることと、

前記ユーザの前記特徴付けに基づいて、提示する広告を選択することと、有効性を示すために、時間的に近接する、前記広告の提示に相関され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信することと

を更に備える[30]の方法。

[39] 前記クライアントデバイスのロケーションを、前記広告に関連するビジネスのロケーションに相関させることにより、前記ユーザを特徴付けること、を更に備える[38]の方法。

[40] 前記ユーザ・インタラクションの監視を命令することは、前記第1クライアントデバイスのユーザインターフェースに対する、最近のユーザの制御入力を検出すること、を備える[30]の方法。

[41] 有効性を示すために、時間的に近接する、前記広告の提示に相関され且つ報告

10

20

30

40

50

されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える [3 0] の方法。

[4 2] ユーザ・インタラクションを検出することにより、前記クライアントデバイスのユーザインターフェース上に提示された広告と関連され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える [4 1] の方法。

[4 3] モバイル通信デバイスを備える前記第 1 クライアントデバイスのロケーションを、前記広告に関連付けられたビジネスに対応すると特定することにより関連され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える [4 1] の方法。

[4 4] 前記広告に関連付けられたビジネスに前記ユーザがコール (call) したと判断することにより関連され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える [4 1] の方法。

10

[4 5] 前記広告に関連付けられたビジネスに自動的にダイヤルする、前記広告内のリンクを、前記ユーザが活性化させたと判断することにより関連され且つ報告されたユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える [4 1] の方法。

[4 6] 前記クライアントデバイスのユーザインターフェースを介した更なるアクセスのために、前記広告を保存するための入力を、ユーザが行ったと判断することにより関連され且つ報告された前記ユーザ・レスポンスを受信すること、を更に備える [4 1] の方法。

[4 7] ユーザの識別情報を削除することにより、前記ユーザ・レスポンスの前記報告を非個人化 (depersonalize) すること、を更に備える [4 1] の方法。

[4 8] 広告コンテンツをクライアントデバイスに配信するように構成された少なくとも 1 つのプロセッサであって、

20

エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、前記クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をユーザに配信するモジュールと、

第 1 コンピューティング環境内で前記広告を提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクション (user interaction) を監視するようクライアントデバイスに命令するモジュールと、

広告ターゲットを満たすように前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第 2 コンピューティング環境内で、前記ユーザに前記選択された広告を提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するようクライアントデバイスに命令するモジュールと

30

を備えるプロセッサ。

[4 9] 広告コンテンツをクライアントデバイスに配信するコンピュータプログラム製品であって、

エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、前記クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をユーザに配信することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と、

第 1 コンピューティング環境内で前記広告を提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクション (user interaction) を監視するようクライアントデバイスに命令することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と、

広告ターゲットを満たすように前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第 2 コンピューティング環境内で、前記ユーザに前記選択された広告を提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するようクライアントデバイスに命令することをコンピュータに行わせるための少なくとも 1 つの命令と

40

を備えるコンピュータ読み取り可能な媒体を備えるコンピュータプログラム製品。

[5 0] 広告コンテンツをクライアントデバイスに配信する装置であって、

エクスポージャ・メトリック (exposure metric) を追跡しつつ、クライアントデバイス上で提示するために選択された広告をユーザに配信する手段と、

第 1 コンピューティング環境内で前記広告を提示する機会を決定するために、ユーザ・インタラクション (user interaction) を監視するようクライアントデバイスに命令する手段と、

50

広告ターゲットを満たすように前記エクスポージャ・メトリックを追跡しつつ、第2コンピューティング環境内で、前記ユーザに前記選択された広告を提示する別の機会を決定するために、ユーザ・インタラクションを監視するようクライアントデバイスに命令する手段と

を備える装置。

[5 1] 広告コンテンツをクライアントデバイスに配信する装置であって、クライアントデバイスに配信する広告のデータベースと、選択された広告を、前記クライアントデバイスに関連するユーザへの提示によって満たされるエクスポージャ・メトリック (exposure metric) と関連付けるタグ付け要素と、第1及び第2コンピューティング環境の両方で、前記広告に対する前記ユーザのエクスポージャを追跡するための命令を、クライアントデバイスへ送信する命令要素と

10

を備える装置。

[5 2] 前記第1コンピューティング環境は、第1クライアントデバイスのユーザインターフェースを備え、

前記第2コンピューティング環境は、第2クライアントデバイスのユーザインターフェースを備え、

前記命令要素は、両方のクライアントデバイスに前記命令を送信する、[5 1] の装置

[5 3] モバイル通信デバイスを備える前記第1クライアントデバイスの地理的ロケーションを感知するロケーション感知要素と、

20

前記第2クライアントデバイスに対する前記第1クライアントデバイスの近接度を判断する物理的近接度要素と

を更に備える [5 2] の装置。

[5 4] 前記命令要素は、ブラウザスクリーン、ワイヤレスデバイスメニュースクリーン、またはゲームコンソールスクリーンからなるグループのうちから選択された少なくとも2つの前記第1及び第2コンピューティング環境を与えるユーザインターフェース、を備えるクライアントデバイスに、命令を送信する、[5 1] の装置。

[5 5] クライアントのグラフィカルユーザインターフェース上でのレンダリングのために広告にインタラクティブ・エレメントを組み込む広告エディタを組み込むこと、を更に備える [5 1] の装置。

30

[5 6] 前記命令要素は、提示された回数の総数として前記エクスポージャ・メトリックを定義する、[5 1] の装置。

[5 7] 前記命令要素は、継続期間として前記エクスポージャ・メトリックを定義する、[5 1] の装置。

[5 8] 前記命令要素は、前記継続期間と、提示された回数の総数との両方として、前記エクスポージャ・メトリックを定義する、[5 7] の装置。

【図1】

図1

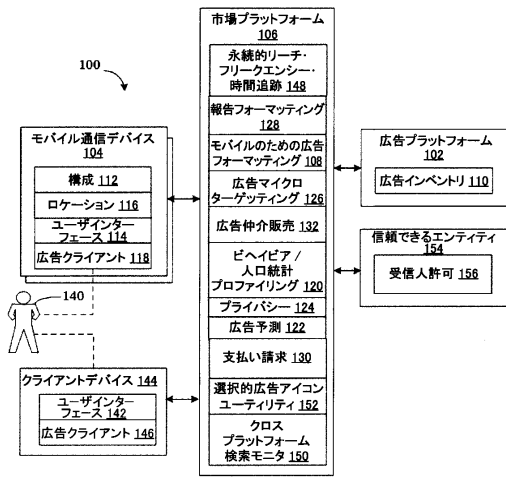


FIG. 1

【図2】

図2

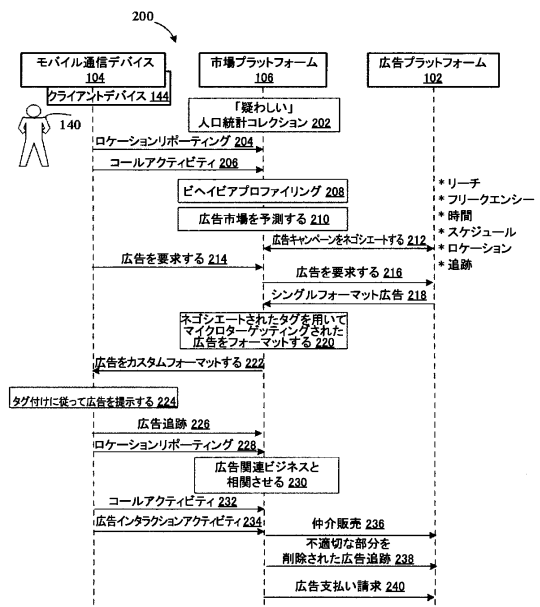


FIG. 2

【図3】

図3

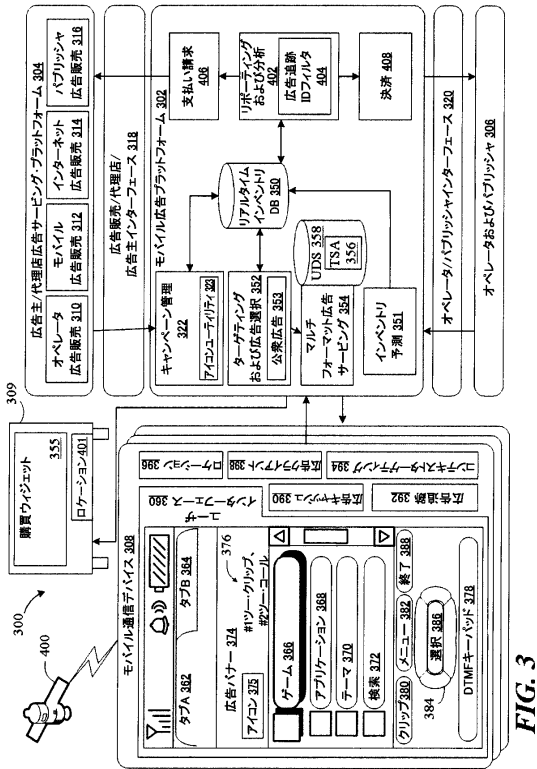


FIG. 3

【図4】

図4

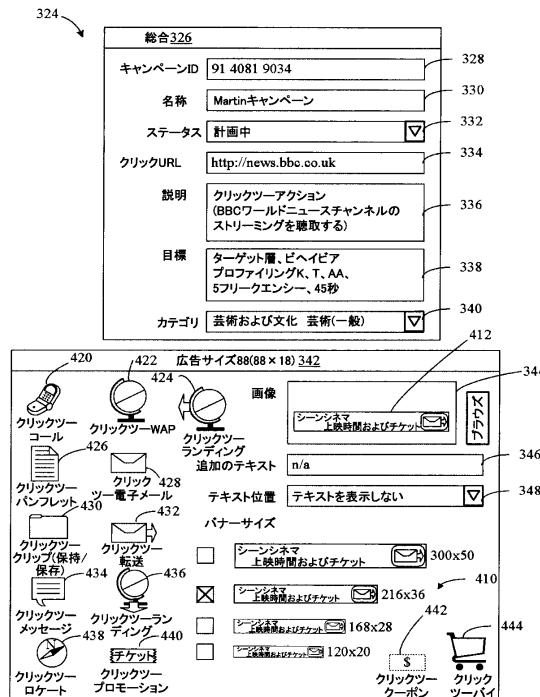


FIG. 4

【図5】

図5

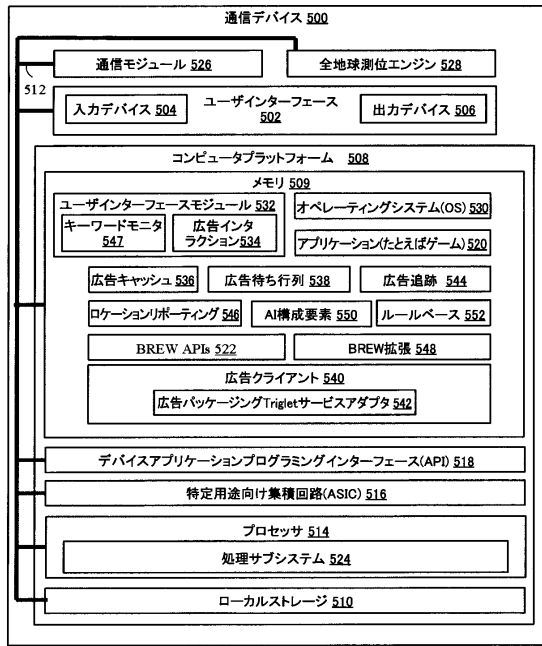


FIG. 5

【図6】

図6

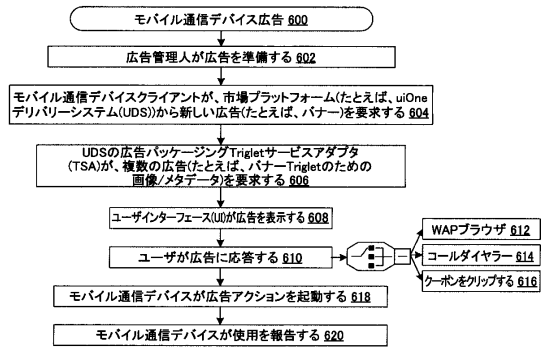


FIG. 6

【図7】

図7

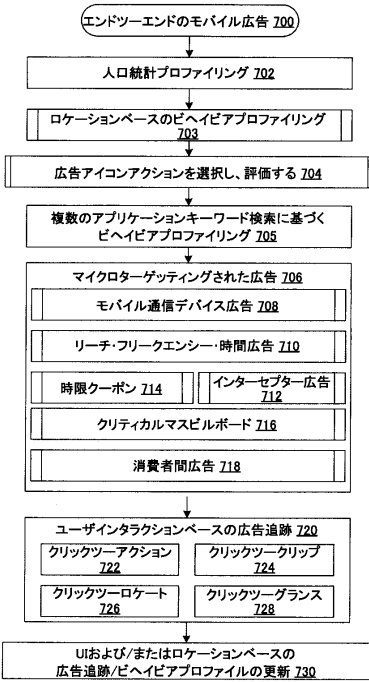


FIG. 7

【図8】

図8

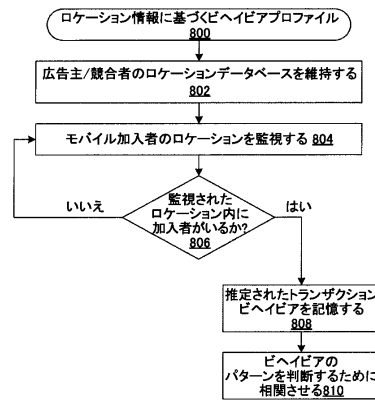


FIG. 8

【 図 9 】

図 9

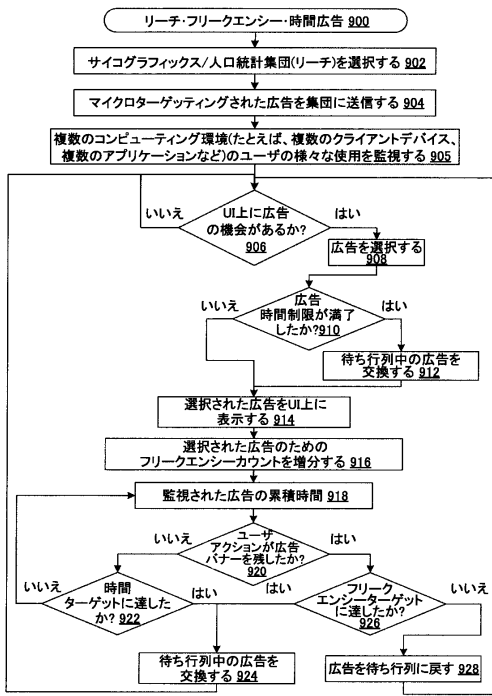


FIG. 9

【 図 10 】

図 10

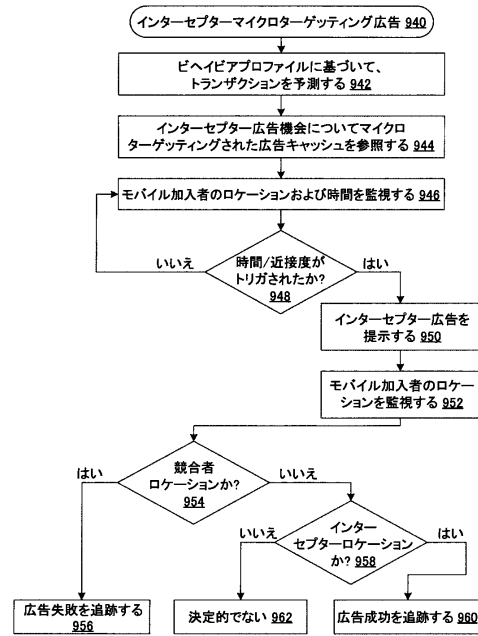


FIG. 10

【 図 11 】

図 11

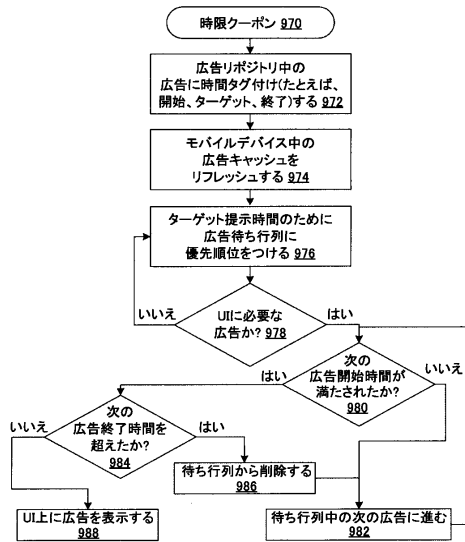


FIG. 11

【 図 12 】

図 12

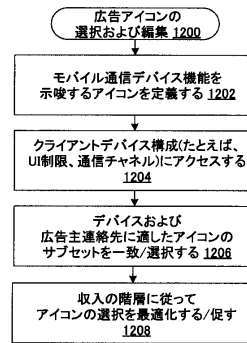


FIG. 12

【 図 13 】

図 13

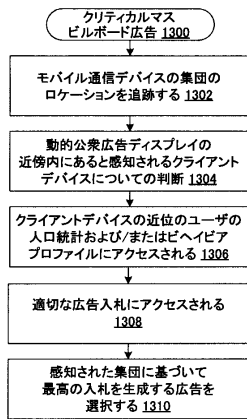


FIG. 13

【 図 14 】

図 14

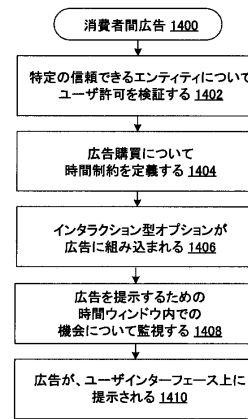


FIG. 14

【 図 15 】

図 15

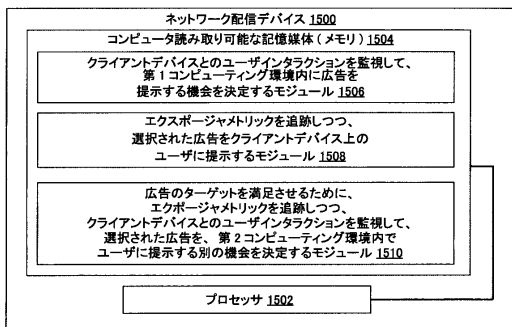


FIG. 15

【 図 16 】

図 16

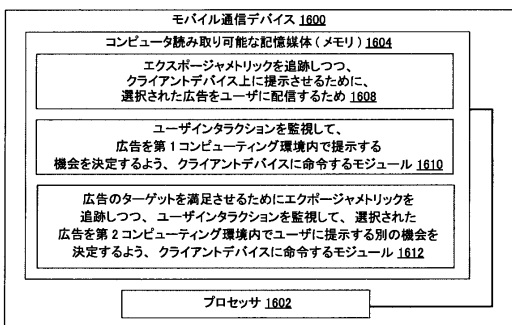


FIG. 16

フロントページの続き

- (74)代理人 100153051
弁理士 河野 直樹
- (74)代理人 100140176
弁理士 砂川 克
- (74)代理人 100158805
弁理士 井関 守三
- (74)代理人 100172580
弁理士 赤穂 隆雄
- (74)代理人 100179062
弁理士 井上 正
- (74)代理人 100124394
弁理士 佐藤 立志
- (74)代理人 100112807
弁理士 岡田 貴志
- (74)代理人 100111073
弁理士 堀内 美保子
- (72)発明者 ルイス、ロバート・シー、
アメリカ合衆国、カリフォルニア州 9 2 1 2 1、ボウエイ、モアハウス・ドライブ 5 7 7 5
- (72)発明者 マンディアム、ジリッドハー・ディー、
アメリカ合衆国、カリフォルニア州 9 2 1 2 1、サン・ディエゴ、モアハウス・ドライブ 5 7 7 5

合議体

審判長 金子 幸一
審判官 石川 正二
審判官 小田 浩

- (56)参考文献 特表2009-543191号公報
特開2007-183766号公報
国際公開第2008/5099号
特表2007-508641号公報

- (58)調査した分野(Int.Cl. , D B名)
G06Q30/00