

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 特 許 公 報(B2)

(11) 特許番号

特許第5372329号
(P5372329)

(45) 発行日 平成25年12月18日(2013.12.18)

(24) 登録日 平成25年9月27日(2013.9.27)

(51) Int. Cl.	F I
G06Q 50/10 (2012.01)	G06Q 50/10 180
G06F 17/30 (2006.01)	G06F 17/30 210C
G06Q 30/02 (2012.01)	G06F 17/30 210D
	G06Q 30/02
	G06Q 30/02 150

請求項の数 58 (全 36 頁)

(21) 出願番号	特願2006-547590 (P2006-547590)	(73) 特許権者	502208397
(86) (22) 出願日	平成16年12月30日(2004.12.30)		グーグル インコーポレイテッド
(65) 公表番号	特表2007-517339 (P2007-517339A)		アメリカ合衆国 カリフォルニア州 94
(43) 公表日	平成19年6月28日(2007.6.28)		043 マウンテン ビュー アンフィシ
(86) 国際出願番号	PCT/US2004/044026		アター パークウェイ 1600
(87) 国際公開番号	W02005/065401	(74) 代理人	100108855
(87) 国際公開日	平成17年7月21日(2005.7.21)		弁理士 蔵田 昌俊
審査請求日	平成18年8月29日(2006.8.29)	(74) 代理人	100091351
審判番号	不服2010-2056 (P2010-2056/J1)		弁理士 河野 哲
審判請求日	平成22年1月29日(2010.1.29)	(74) 代理人	100088683
(31) 優先権主張番号	10/750,451		弁理士 中村 誠
(32) 優先日	平成15年12月31日(2003.12.31)	(74) 代理人	100109830
(33) 優先権主張国	米国 (US)		弁理士 福原 淑弘
		(74) 代理人	100075672
			弁理士 峰 隆司

最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 広告に関するターゲット特定基準の提案及び／又は提供

(57) 【特許請求の範囲】

【請求項1】

1つ以上の広告ターゲット特定キーワードを決定するためにコンピュータによって実現される方法であって、

前記コンピュータによって実行される方法は、

a) 複数のネット接続されたコンピュータを含むコンピュータシステムによって、複数のエントリを含むインデックスデータ構造を記憶することであって、前記複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記インデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含むことと、

b) 前記コンピュータシステムによって、カテゴリ決定動作から少なくとも1つのカテゴリを受信することと、

c) 前記コンピュータシステムを用いて、カテゴリ入力に合致するルックアップキーを有する前記記憶されたインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

d) 前記コンピュータシステムを用いて、前記記憶されたインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

e) 前記コンピュータシステムによって、前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶することと、

f) 前記コンピュータシステムによって、前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲッ

ト特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することと、を含み、

前記広告が前記コンピュータシステムによって提供されたときに、前記広告がエンドユーザに提示され、

前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することは、前記広告の前記少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードのいずれかが、広告消費者から受信した広告要求の1つ以上のワードと合致するか否かを決定することと、前記合致の決定を用いて、前記広告が提供される資格をもつかどうかを制御することと、を含み、これによって、前記合致が決定されたならば前記広告は提供される資格をもち、前記合致が決定されないならば前記広告は提供される資格をもち、

前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を広告の1つ以上のターゲット特定キーワードとして記憶する前記動作は、前記1つ以上のキーワードを、別の状況ではどの広告によっても使用されない利用可能な広告スポットに関する未使用在庫情報を用いて決定された順序で記憶する、方法。

【請求項2】

前記1つ以上の広告ターゲット特定キーワードの少なくとも1つは、前記広告に関するネガティブキーワードであり、該ネガティブキーワードは前記ネガティブキーワードを含む要求に対して広告が提供されないようにするのに用いられる、請求項1に記載の方法。

【請求項3】

前記コンピュータシステムによって、前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することをさらに具備し、前記1つ以上のキーワードの資格試験の実施は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードである請求項1に記載の方法。

【請求項4】

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含む、請求項3に記載の方法。

【請求項5】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、概して、前記広告の提供を引き起こした全カテゴリにわたって追跡される、請求項4に方法。

【請求項6】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、前記広告の提供を引き起こした1つ以上の特定のカテゴリにわたって追跡される、請求項4に記載の方法。

【請求項7】

前記1つ以上の特定のカテゴリは、前記受信した少なくとも1つのカテゴリを含む、請求項6に記載の方法。

【請求項8】

1つ以上の広告ターゲット特定キーワードを決定するためにコンピュータによって実現される方法であって、

前記コンピュータによって実行される方法は、

a) 複数のネット接続されたコンピュータを含むコンピュータシステムによって、複数のエントリを含むインデックスデータ構造を記憶することであって、前記複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記インデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含むことと、

b) 前記コンピュータシステムによって、カテゴリ決定動作から少なくとも1つのカテゴリを受信することと、

c) 前記コンピュータシステムを用いて、カテゴリ入力に合致するルックアップキーを有

10

20

30

40

50

する前記記憶されたインデックスデータ構造の中にエントリーを検索することと、

d) 前記コンピュータシステムを用いて、前記記憶されたインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリーに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと

e) 前記コンピュータシステムによって、前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶することと、

f) 前記コンピュータシステムによって、前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することと、 ここにおいて、

前記広告が前記コンピュータシステムによって提供されたときに、前記広告がエンドユーザに提示され、

前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することは、前記広告の前記少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードのいずれかが、広告消費者から受信した広告要求の1つ以上のワードと合致するか否かを決定することと、前記合致の決定を用いて、前記広告が提供される資格をもつかどうかを制御することと、 を含み、これによって、前記合致が決定されたならば前記広告は提供される資格をもち、前記合致が決定されないならば前記広告は提供される資格をもち、

g) 前記コンピュータシステムによって、前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することと、 を含み、ここにおいて、

前記1つ以上のキーワードの資格試験の実施は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードであり、

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含み、

前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施する前記動作中に前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供される前記1つ以上の広告の組は、別の状況ではどの広告によっても使用されない広告スポットにおいてしか提供されない、コンピュータによって実現される方法。

【請求項9】

前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶する前記動作は、未使用在庫情報を用いて決定された順序で前記1つ以上のキーワードを記憶し、それによって、別の状況では他の広告によって使用されないより大きな数の広告スポットに対応するキーワードは、別の状況では他の広告によって使用されないより小さな数の広告スポットに対応する他のキーワードに先立って提供される、請求項1に記載の方法。

【請求項10】

1つ以上の広告ターゲット特定キーワードを決定するためにコンピュータによって実現される方法であって、

前記コンピュータによって実行される方法は、

a) 複数のネット接続されたコンピュータを含むコンピュータシステムによって、複数のエントリーを含むインデックスデータ構造を記憶することであって、前記複数のエントリーの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記インデックスの同一のエントリーに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含むことと、

b) 前記コンピュータシステムによって、カテゴリ入力を受信することと、

c) 前記コンピュータシステムを用いて、カテゴリ入力に合致するルックアップキーを有する前記予め記憶されたインデックスデータ構造の中にエントリーを検索することと、

d) 前記コンピュータシステムを用いて、前記予め記憶されたインデックスデータ構造の

10

20

30

40

50

中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

e) 前記コンピュータシステムによって、前記1つ以上のキーワードを提示されたターゲット特定キーワードとして送信することであって、これによって前記1つ以上のキーワードが広告主ユーザに提示されることと、

f) 前記コンピュータシステムによって、前記提示されたターゲット特定キーワードに回答して、前記広告主ユーザが前記提示されたキーワードの各々を受理したかあるいは拒否したかを示す前記広告主ユーザからの入力を受信することと、

g) 前記コンピュータシステムによって、前記広告主ユーザからの前記受信入力を用いて、前記広告主ユーザの広告のためのターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶するかどうかを決定し、これによって、前記広告主ユーザからの入力によって、受理されたとして示された前記1つ以上のキーワードが前記広告主ユーザの前記広告のためのターゲット特定キーワードとして記憶されることと、を具備し、

10

前記1つ以上のキーワードが広告主ユーザに提示されるように、前記1つ以上のキーワードを提案されたターゲット特定キーワードとして送信する動作は、前記1つ以上のキーワードを、別の状況ではどの広告によっても使用されない利用可能な広告スポットについての未使用在庫情報を用いて決定された順序で前記広告主ユーザに提供するためのものである、コンピュータによって実現される方法。

【請求項11】

20

前記1つ以上の広告ターゲット特定キーワードの少なくとも1つは、前記広告に関するネガティブキーワードであり、該ネガティブキーワードは前記ネガティブキーワードを含む要求に対して広告が提供されないようにするのに用いられる、請求項10に記載の方法。

【請求項12】

前記コンピュータシステムによって、前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することであって、前記1つ以上のキーワードの資格試験を実施する動作は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

30

前記広告主ユーザに送信されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードである請求項10に記載の方法。

【請求項13】

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含む、請求項12に記載の方法。

【請求項14】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、概して、前記広告の提供を引き起こした全カテゴリにわたって追跡される、請求項13に記載の方法。

【請求項15】

40

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、前記広告の提供を引き起こした1つ以上の特定のカテゴリにわたって追跡される、請求項14に記載の方法。

【請求項16】

1つ以上の広告ターゲット特定キーワードを決定するためにコンピュータによって実現される方法であって、

前記コンピュータによって実行される方法は、

a) 複数のネット接続されたコンピュータを含むコンピュータシステムによって、複数のエントリを含むインデックスデータ構造を記憶することであって、前記複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記インデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含むこと

50

と、

b) 前記コンピュータシステムによって、カテゴリ入力を受信することと、

c) 前記コンピュータシステムを用いて、カテゴリ入力に合致するルックアップキーを有する前記予め記憶されたインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

d) 前記コンピュータシステムを用いて、前記予め記憶されたインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

e) 前記コンピュータシステムによって、前記1つ以上のキーワードを提示されたターゲット特定キーワードとして送信することであって、これによって前記1つ以上のキーワードが広告主ユーザに提示されることと、

f) 前記コンピュータシステムによって、前記提示されたターゲット特定キーワードに回答して、前記広告主ユーザが前記提示されたキーワードの各々を受理したかあるいは拒否したかを示す前記広告主ユーザからの入力を受信することと、

g) 前記コンピュータシステムによって、前記広告主ユーザからの前記受信入力を用いて、前記広告主ユーザの広告のためのターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶するかどうかを決定し、これによって、前記広告主ユーザからの入力によって、受理されたとして示された前記1つ以上のキーワードが前記広告主ユーザの前記広告のためのターゲット特定キーワードとして記憶されることと、

h) 前記コンピュータシステムによって、前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することであって、前記1つ以上のキーワードの資格試験の実施は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードであり、

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含み、

前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施する前記動作中に前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供される前記1つ以上の広告の組は、別の状況ではどの広告によっても使用されない広告スポットにおいてしか提供されない、コンピュータによって実現される方法。

【請求項17】

前記1つ以上のキーワードを広告主ユーザに対して提示するために、前記1つ以上のキーワードを提案されたターゲット特定キーワードとして送信する前記動作は、前記1つ以上のキーワードを、未使用在庫情報を用いて決定された順序で前記広告主ユーザに提示し、それによって、別の状況では他の広告によって使用されないより大きな数の広告スポットに対応するキーワードは、別の状況では他の広告によって使用されないより小さな数の広告スポットに対応する他のキーワードに先立って提供するためのものである、請求項10に記載の方法。

【請求項18】

1つ以上の広告ターゲット特定キーワードを決定するためにコンピュータによって実現される方法であって、

前記コンピュータによって実行される方法は、

a) 複数のネット接続されたコンピュータを含むコンピュータシステムによって、複数のエントリを含む第1のインデックスデータ構造と第2のインデックスデータ構造を記憶することであって、

前記第1のインデックスデータ構造は複数のエントリを含み、前記第1のインデックスの複数のエントリの各々は、(1)ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2)前記第1のインデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上の

10

20

30

40

50

キーワードと、を含み、前記第2のインデックスデータ構造は複数のエントリを含み、前記第2のインデックスの複数のエントリの各々は、(1)ルックアップキーとして提供されたキーワードと、(2)前記第2のインデックスの同一のエントリに属し、前記ワードに関連する1つ以上のカテゴリとを、含むことと、

b)前記コンピュータシステムによって、広告情報エントリおよび管理動作を介して、前記広告主ユーザからの広告情報を入力として受信することと、

c)前記コンピュータシステムを用いて、前記受信した広告情報において検索されたワードに合致するルックアップキーを有する前記記憶された第2のインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

d)前記コンピュータシステムを用いて、前記記憶された第2のインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のカテゴリを読み出すことと、

e)前記コンピュータシステムによって、前記読み出されたカテゴリの1つに合致するルックアップキーを持つ前記記憶された第1のインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

f)前記コンピュータシステムを用いて、前記記憶された第1のインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

g)前記コンピュータシステムによって、前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶することと、

h)前記コンピュータシステムによって、前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することと、を含み、

前記広告が前記コンピュータシステムによって提供されたときに、前記広告がエンドユーザに提示され、

前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することは、前記広告の前記少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードのいずれかが、広告消費者から受信した広告要求の1つ以上のワードと合致するか否かを決定することと、前記合致の決定を用いて、前記広告が提供される資格をもつかどうかを制御することと、を含み、これによって、前記合致が決定されたならば前記広告は提供される資格をもち、前記合致が決定されないならば前記広告は提供される資格をもち、

前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を広告の1つ以上のターゲット特定キーワードとして記憶する前記動作は、前記1つ以上のキーワードを、別の状況ではどの広告によっても使用されない利用可能な広告スポットに関する未使用在庫情報を用いて決定された順序で記憶する、コンピュータによって実現される方法。

【請求項19】

前記1つ以上の広告ターゲット特定キーワードの少なくとも1つは、前記広告に関するネガティブキーワードであり、該ネガティブキーワードは前記ネガティブキーワードを含む要求に対して広告が提供されないようにするのに用いられる、請求項18記載の方法。

【請求項20】

前記広告は、前記広告と、ランディングウェブページのアドレスとを前記広告からリンクさせるための広告クリエイティブ情報を含み、

前記1つ以上のカテゴリを決定する前記動作は、前記広告のクリエイティブ情報を使用する、請求項18に記載の方法。

【請求項21】

前記広告は、前記広告と、ランディングウェブページのアドレスとを前記広告からリンクさせるための広告クリエイティブ情報を含み、

前記1つ以上のカテゴリを決定する前記動作は、前記ランディングウェブページからの情報を使用する請求項18記載の方法。

【請求項22】

前記コンピュータシステムによって、前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特

10

20

30

40

50

定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することであって、前記1つ以上のキーワードの資格試験を実施する動作は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶されたキーワードの少なくとも一部は、適格なキーワードである請求項18記載の方法。

【請求項23】

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含む、請求項22に記載の方法。

10

【請求項24】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、概して、前記広告の提供を引き起こした全カテゴリにわたって追跡される、請求項23に記載の方法。

【請求項25】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、前記広告の提供を引き起こした1つ以上の特定のカテゴリにわたって追跡される、請求項23に記載の方法。

【請求項26】

前記1つ以上の特定のカテゴリは、受信された前記少なくとも1つのカテゴリを含む、請求項25に記載の方法。

【請求項27】

20

1つ以上の広告ターゲット特定キーワードを決定するためにコンピュータによって実現される方法であって、

前記コンピュータによって実行される方法は、

a) 複数のネット接続されたコンピュータを含むコンピュータシステムによって、複数のエントリを含む第1のインデックスデータ構造と第2のインデックスデータ構造を記憶することであって、

前記第1のインデックスデータ構造は複数のエントリを含み、前記第1のインデックスの複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記第1のインデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含み、前記第2のインデックスデータ構造は複数のエントリを含み、前記第2のインデックスの複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたキーワードと、(2) 前記第2のインデックスの同一のエントリに属し、前記ワードに関連する1つ以上のカテゴリとを、含むことと、

30

b) 前記コンピュータシステムによって、広告情報エントリおよび管理動作を介して、前記広告主ユーザからの広告情報を入力として受信することと、

c) 前記コンピュータシステムを用いて、前記受信した広告情報において検索されたワードに合致するルックアップキーを有する前記記憶された第2のインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

d) 前記コンピュータシステムを用いて、前記記憶された第2のインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のカテゴリを読み出すことと、

40

e) 前記コンピュータシステムによって、前記読み出されたカテゴリの1つに合致するルックアップキーを持つ前記記憶された第1のインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

f) 前記コンピュータシステムを用いて、前記記憶された第1のインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

g) 前記コンピュータシステムによって、前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶することと、

h) 前記コンピュータシステムによって、前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲッ

50

ト特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することと、を含み、

前記広告が前記コンピュータシステムによって提供されたときに、前記広告がエンドユーザに提示され、

前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することは、前記広告の前記少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードのいずれかが、広告消費者から受信した広告要求の1つ以上のワードと合致するか否かを決定することと、前記合致の決定を用いて、前記広告が提供される資格をもつかどうかを制御することと、を含み、これによって、前記合致が決定されたならば前記広告は提供される資格をもち、前記合致が決定されないならば前記広告は提供される資格をもたないことと、

10

i) 前記コンピュータシステムによって、前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することをさらに具備し、前記1つ以上のキーワードの資格試験の実施は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードであり、

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含み、

20

前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施する前記動作中に前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供される前記1つ以上の広告の組は、別の状況ではどの広告によっても使用されない広告スポットにおいてしか提供されない、コンピュータによって実行される方法。

【請求項28】

前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶する前記動作は、前記1つ以上のキーワードを、未使用在庫情報を用いて決定された順序で記憶し、それによって、別の状況では他の広告によって使用されないより大きな数の広告スポットに対応するキーワードを、別の状況では他の広告によって使用されないより小さな数の広告スポットに対応する他のキーワードに先立って提供するための

30

【請求項29】

1つ以上の広告ターゲット特定キーワードを決定する装置であって、

- a) 少なくとも1つのカテゴリを受信する入力部と、
- b) 複数のネット接続されたプロセッサと、
- c) 実行可能な命令を記憶する少なくとも1つの記憶装置と、を具備し、

前記命令は、前記複数のネット接続されたプロセッサによって実行されたときに方法を実行し、該方法は、

1) 前記少なくとも1つの記憶装置に複数のエントリを含むインデックスデータ構造を記憶することであって、前記複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記インデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含むことと、

40

2) 入力として、カテゴリ決定動作から少なくとも1つのカテゴリを受信することと、

3) カテゴリ入力に合致するルックアップキーを有する前記記憶されたインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

4) 前記記憶されたインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

5) 前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶することと、

6) 前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告

50

の提供を制御することと、を含み、

前記広告が提供されたときに、前記広告がエンドユーザに提示され、

前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することは、前記広告の前記少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードのいずれかが、広告消費者から受信した広告要求の1つ以上のワードと合致するか否かを決定することと、前記合致の決定を用いて、前記広告が提供される資格をもつかどうかを制御することと、を含み、

前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を広告の1つ以上のターゲット特定キーワードとして記憶する前記動作は、前記1つ以上のキーワードを、別の状況ではどの広告によっても使用されない利用可能な広告スポットに関する未使用在庫情報を用いて決定された順序で記憶する、装置。

10

【請求項30】

前記1つ以上の広告ターゲット特定キーワードの少なくとも1つは、前記広告に関するネガティブキーワードであり、該ネガティブキーワードは前記ネガティブキーワードを含む要求に対して広告が提供されないようにするのに用いられる、請求項29に記載の装置。

【請求項31】

前記コンピュータシステムによって、前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することであって、前記1つ以上のキーワードの資格試験を実施する動作は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

20

前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードである請求項29に記載の装置。

【請求項32】

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含む、請求項31に記載の装置。

【請求項33】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、概して、前記広告の提供を引き起こした全カテゴリにわたって追跡される、請求項32に装置。

30

【請求項34】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、前記広告の提供を引き起こした1つ以上の特定のカテゴリにわたって追跡される、請求項32に記載の装置。

【請求項35】

前記1つ以上の特定のカテゴリは、受信した前記少なくとも1つのカテゴリを含む、請求項34に記載の装置。

【請求項36】

1つ以上の広告ターゲット特定キーワードを決定する装置であって、

a) 少なくとも1つのカテゴリを受信する入力部と、

b) 複数のネット接続されたプロセッサと、

c) 実行可能な命令を記憶する少なくとも1つの記憶装置と、を具備し、

前記命令は、前記複数のネット接続されたプロセッサによって実行されたときに方法を実行し、該方法は、

40

1) 前記少なくとも1つの記憶装置に複数のエントリを含むインデックスデータ構造を記憶することであって、前記複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記インデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含むことと、

2) 入力として、カテゴリ決定動作から少なくとも1つのカテゴリを受信することと、

3) カテゴリ入力に合致するルックアップキーを有する前記記憶されたインデックスデー

50

タ構造の中にエントリを検索することと、

4) 前記記憶されたインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

5) 前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶することと、

6) 前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することと、ここにおいて、

前記広告が前記コンピュータシステムによって提供されたときに、前記広告がエンドユーザに提示され、

前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することは、前記広告の前記少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードのいずれかが、広告消費者から受信した広告要求の1つ以上のワードと合致するか否かを決定することと、前記合致の決定を用いて、前記広告が提供される資格をもつかどうかを制御することと、を含み、これによって、前記合致が決定されたならば前記広告は提供される資格をもち、前記合致が決定されないならば前記広告は提供される資格をもち、

7) 前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することと、を含み、ここにおいて、

前記1つ以上のキーワードの資格試験の実施は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードであり、

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含み、

前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施する前記動作中に前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供される前記1つ以上の広告の組は、別の状況ではどの広告によっても使用されない広告スポットにおいてしか提供されない、装置。

【請求項37】

前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶する前記動作は、未使用在庫情報を用いて決定された順序で前記1つ以上のキーワードを記憶し、それによって、別の状況では他の広告によって使用されないより大きな数の広告スポットに対応するキーワードは、別の状況では他の広告によって使用されないより小さな数の広告スポットに対応する他のキーワードに先立って提供される、請求項29記載の装置。

【請求項38】

1つ以上の広告ターゲット特定キーワードを決定する装置であって、

a) カテゴリを受信するための入力部と、

b) 複数のネット接続されたプロセッサと、

c) 実行可能な命令を記憶する少なくとも1つの記憶装置と、を具備し、

前記命令は、前記複数のネット接続されたプロセッサによって実行されたときに方法を実行し、該方法は、

1) 前記少なくとも1つの記憶装置に複数のエントリを含むインデックスデータ構造を記憶することであって、前記複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記インデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含むことと、

2) カテゴリ入力を受信することと、

3) 前記カテゴリ入力に合致するルックアップキーを有する前記予め記憶されたインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

4) 前記予め記憶されたインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリ

10

20

30

40

50

に含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

5) 広告主ユーザに対する前記1つ以上のキーワードの提示を誘導するために、前記1つ以上のキーワードを提示されたターゲット特定キーワードとして送信することと、

6) 前記提示されたターゲット特定キーワードに回答して、前記広告主ユーザが前記提示されたキーワードの各々を受理したかあるいは拒否したかを示す前記広告主ユーザからの入力を受信することと、

7) 前記広告主ユーザからの前記受信入力を用いて、前記広告主ユーザの広告のためのターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶するかどうかを決定し、これによって、前記広告主ユーザからの入力によって、受理されたとして示された前記1つ以上のキーワードが前記広告主ユーザの前記広告のためのターゲット特定キーワードとして記憶されることと、を具備し、

10

前記1つ以上のキーワードが広告主ユーザに提示されるように、前記1つ以上のキーワードを提案されたターゲット特定キーワードとして送信する動作は、前記1つ以上のキーワードを、別の状況ではどの広告によっても使用されない利用可能な広告スポットについての未使用在庫情報を用いて決定された順序で前記広告主ユーザに提供するためのものである、装置。

【請求項39】

前記1つ以上の広告ターゲット特定キーワードの少なくとも1つは、前記広告に関するネガティブキーワードであり、該ネガティブキーワードは前記ネガティブキーワードを含む要求に対して広告が提供されないようにするのに用いられる、請求項38に記載の装置

20

【請求項40】

前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することであって、前記1つ以上のキーワードの資格試験を実施する動作は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

前記広告主ユーザに送信されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードである請求項38に記載の装置。

30

【請求項41】

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含む、請求項40に記載の装置。

【請求項42】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、概して、前記広告の提供を引き起こした全カテゴリにわたって追跡される、請求項41に記載の装置。

【請求項43】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、前記広告の提供を引き起こした1つ以上の特定のカテゴリにわたって追跡される、請求項41に記載の装置。

【請求項44】

広告ターゲット特定キーワードとして使用するための候補として1つ以上のキーワードを生成するための装置であって、

40

1) カテゴリを受信する入力部と、

b) 複数のネット接続されたプロセッサと、

c) 実行可能な命令を記憶する少なくとも1つの記憶装置と、を具備し、

前記命令は、前記複数のネット接続されたプロセッサによって実行されたときに方法を実行し、該方法は、

1) 前記少なくとも1つの記憶装置に複数のエントリを含むインデックスデータ構造を記憶することであって、前記複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記インデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含むことと、

50

- 2) カテゴリ入力を受信することと、
 3) 前記カテゴリ入力に合致するルックアップキーを有する前記予め記憶されたインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、
 4) 前記予め記憶されたインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、
 5) 広告主ユーザに対する前記1つ以上のキーワードの提示を誘導するために、前記1つ以上のキーワードを提示されたターゲット特定キーワードとして送信することと、
 6) 前記提示されたターゲット特定キーワードに応答して、前記広告主ユーザが前記提示されたキーワードの各々を受理したかあるいは拒否したかを示す前記広告主ユーザからの入力を受信することと、
 7) 前記広告主ユーザからの前記受信入力を用いて、前記広告主ユーザの広告のためのターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶するかどうかを決定し、これによって、前記広告主ユーザからの入力によって、受理されたとして示された前記1つ以上のキーワードが前記広告主ユーザの前記広告のためのターゲット特定キーワードとして記憶されることと、
 8) 前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することと、を含み、ここにおいて、前記1つ以上のキーワードの資格試験の実施は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、
前記広告主ユーザに送信された前記キーワードの前記少なくとも一部の各々は、適格なキーワードであり、

10

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含み、

前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施する前記動作中に前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供される前記1つ以上の広告の組は、別の状況ではどの広告によっても使用されない広告スポットにおいてしか提供されない、装置。

20

【請求項45】

前記1つ以上のキーワードを広告主ユーザに対して提示するために、前記1つ以上のキーワードを提案されたターゲット特定キーワードとして送信する前記動作は、前記1つ以上のキーワードを、未使用在庫情報を用いて決定された順序で前記広告主ユーザに提示し、それによって、別の状況では他の広告によって使用されないより大きな数の広告スポットに対応するキーワードは、別の状況では他の広告によって使用されないより小さな数の広告スポットに対応する他のキーワードに先立って提供するためのものである、請求項38に記載の装置。

30

【請求項46】

広告ターゲット特定キーワードとして使用するための候補として1つ以上のキーワードを生成するための装置であって、

- a) 広告情報を受信する入力部と、
- b) 複数のネット接続されたプロセッサと、
- c) 実行可能な命令を記憶する少なくとも1つの記憶装置と、を具備し、

40

前記命令は、前記複数のネット接続されたプロセッサによって実行されたときに方法を実行し、該方法は、

1) 前記少なくとも1つの記憶装置に複数のエントリを含む第1のインデックスデータ構造と第2のインデックスデータ構造を記憶することであって、

前記第1のインデックスデータ構造は複数のエントリを含み、前記第1のインデックスの複数のエントリの各々は、(1)ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2)前記第1のインデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含み、前記第2のインデックスデータ構造は複数のエントリを含み、前

50

記第2のインデックスの複数のエントリの各々は、(1)ルックアップキーとして提供されたキーワードと、(2)前記第2のインデックスの同一のエントリに属し、前記ワードに関連する1つ以上のカテゴリとを、含むことと、

2) 広告情報エントリおよび管理動作を介して、前記広告主ユーザからの広告情報を入力として受信することと、

3) 前記受信した広告情報において検索されたワードに合致するルックアップキーを有する前記記憶された第2のインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

4) 前記記憶された第2のインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のカテゴリを読み出すことと、

5) 前記読み出されたカテゴリの1つに合致するルックアップキーを持つ前記記憶された第1のインデックスデータ構の中にエントリを検索することと、

6) 前記記憶された第1のインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

7) 前記少なくとも1つの記憶装置に前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶することと、

8) 前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することと、を含み、

前記広告が提供されたときに、前記広告がエンドユーザに提示され、

前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することは、前記広告の前記少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードのいずれかが、広告消費者から受信した広告要求の1つ以上のワードと合致するか否かを決定することと、前記合致の決定を用いて、前記広告が提供される資格をもつかどうかを制御することと、を含み、これによって、前記合致が決定されたならば前記広告は提供される資格をもち、前記合致が決定されないならば前記広告は提供される資格をもち、

前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を広告の1つ以上のターゲット特定キーワードとして記憶する前記動作は、前記1つ以上のキーワードを、別の状況ではどの広告によっても使用されない利用可能な広告スポットに関する未使用在庫情報を用いて決定された順序で記憶する、装置。

【請求項47】

前記1つ以上の広告ターゲット特定キーワードの少なくとも1つは、前記広告に関するネガティブキーワードであり、該ネガティブキーワードは前記ネガティブキーワードを含む要求に対して広告が提供されないようにするのに用いられる、請求項46に記載の装置。

【請求項48】

前記広告は、前記広告と、ランディングウェブページのアドレスとを前記広告からリンクさせるための広告クリエイティブ情報を含み、

前記1つ以上のカテゴリを決定する前記動作は、前記広告のクリエイティブ情報を使用する、請求項46に記載の装置。

【請求項49】

前記広告は、前記広告と、ランディングウェブページのアドレスとを前記広告からリンクさせるための広告クリエイティブ情報を含み、

前記1つ以上のカテゴリを決定する前記動作は、前記ランディングウェブページからの情報を使用する請求項46に記載の装置。

【請求項50】

前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することをさらに具備し、前記1つ以上のキーワードの資格試験を実施する動作は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

10

20

30

40

50

前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードである請求項46記載の装置。

【請求項51】

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含む、請求項50に記載の装置。

【請求項52】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、概して、前記広告の提供を引き起こした全カテゴリにわたって追跡される、請求項51に記載の装置。

【請求項53】

前記1つ以上の広告の組のパフォーマンスは、前記広告の提供を引き起こした1つ以上の特定のカテゴリにわたって追跡される、請求項51に記載の装置。

10

【請求項54】

前記1つ以上の特定のカテゴリは、受信された前記少なくとも1つのカテゴリを含む、請求項53に記載の装置。

【請求項55】

広告ターゲット特定キーワードとして使用するための候補として1つ以上のキーワードを生成するための装置であって、

- a) 広告情報を受信する入力部と、
- b) 複数のネット接続されたプロセッサと、
- c) 実行可能な命令を記憶する少なくとも1つの記憶装置と、を具備し、

前記命令は、前記複数のネット接続されたプロセッサによって実行されたときに方法

20

を実行し、該方法は、
1) 前記少なくとも1つの記憶装置に複数のエントリを含む第1のインデックスデータ構造と第2のインデックスデータ構造を記憶することであって、

前記第1のインデックスデータ構造は複数のエントリを含み、前記第1のインデックスの複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたカテゴリと、(2) 前記第1のインデックスの同一のエントリに属し、前記カテゴリに関連する1つ以上のキーワードと、を含み、前記第2のインデックスデータ構造は複数のエントリを含み、前記第2のインデックスの複数のエントリの各々は、(1) ルックアップキーとして提供されたキーワードと、(2) 前記第2のインデックスの同一のエントリに属し、前記ワードに関連する1つ以上のカテゴリとを、含むことと、

30

2) 広告情報エントリおよび管理動作を介して、前記広告主ユーザからの広告情報を入力として受信することと、

3) 前記受信した広告情報において検索されたワードに合致するルックアップキーを有する前記記憶された第2のインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

4) 前記記憶された第2のインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のカテゴリを読み出すことと、

5) 前記読み出されたカテゴリの1つに合致するルックアップキーを持つ前記記憶された第1のインデックスデータ構造の中にエントリを検索することと、

6) 前記記憶された第1のインデックスデータ構造の中で検索された前記合致するエントリに含まれる前記1つ以上のキーワードを読み出すことと、

40

7) 前記少なくとも1つの記憶装置に前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を記憶することと、

8) 前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することと、ここにおいて、前記広告が提供されたときに、前記広告がエンドユーザに提示され、

前記記憶された少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードを用いて、前記広告の提供を制御することは、前記広告の前記少なくとも1つの広告ターゲット特定キーワードのいずれかが、広告消費者から受信した広告要求の1つ以上のワードと合致するか否かを決定することと、前記合致の決定を用いて、前記広告が提供される資格をもつかどうかを制御することと、を含み、これによって、前記合致が決定されたならば前記広告は提供さ

50

れる資格をもち、前記合致が決定されないならば前記広告は提供される資格をもたないことと、

9) 前記キーワードの各々が前記広告のターゲット特定キーワードとして使用する上で適格であるか又は不適格であるかを判定するために、キーワード試用動作によって、前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施することと、を含み、ここにおいて、

前記1つ以上のキーワードの資格試験の実施は、前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供された前記広告に加えて、1つ以上の広告の組のパフォーマンスを、クリックスルー率またはコンバージョンレートに関して追跡するものであり、

前記広告の1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶されたキーワードの少なくとも一部の各々は、適格なキーワードであり、

前記1つ以上の広告の組は前記広告を含み、

前記1つ以上のキーワードに関する資格試験を実施する前記動作中に前記キーワードを広告ターゲット特定キーワードとして使用して提供される前記1つ以上の広告の組は、別の状況ではどの広告によっても使用されない広告スポットにおいてしか提供されない、装置。

【請求項56】

前記1つ以上のキーワードの少なくとも一部を1つ以上の広告ターゲット特定キーワードとして記憶する前記動作は、前記1つ以上のキーワードを、未使用在庫情報を用いて決定された順序で記憶し、それによって、別の状況では他の広告によって使用されないより大きな数の広告スポットに対応するキーワードは、別の状況では他の広告によって使用されないより小さな数の広告スポットに対応する他のキーワードに先立って提供するためのものである、請求項46に記載の装置。

【請求項57】

9) 前記候補キーワードを広告提供制限事項に加えることをさらに含む請求項46記載の装置。

【請求項58】

前記方法はさらに、

9) 広告主ユーザに対する前記1つ以上のキーワードの提示を誘導するために前記候補キーワードを広告ターゲット特定キーワードの提示として送信することと、

10) 前記提示されたターゲット特定キーワードに回答して、前記広告主ユーザが前記提案されたキーワードの各々を受け入れたかあるいは断ったかを示す広告主ユーザからの入力を受信することと、

11) 前記受信した広告主ユーザの入力を用いて、前記候補キーワードの少なくとも一部を前記広告主ユーザの広告に関するターゲット特定キーワードとして記憶するかどうかを決定し、前記広告主ユーザからの入力によって受け入れられたと表示された前記1つ以上のキーワードのいずれかが前記広告主ユーザの前記広告のためのターゲット特定キーワードとして記憶されることと、を含む、請求項46に記載の装置。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

本発明は、一般的には、広告に関するものである。本発明は、より具体的には、広告の提供に用いられるキーワード方式のターゲット特定の向上に関するものである。

【背景技術】

【0002】

テレビ、ラジオ、新聞及び雑誌、等の伝統的な媒体を用いた広告はよく知られている。しかしながら、残念なことに、広告主は、人口統計学上の研究結果及びこれらの媒体の様々な市場における典型的なオーディエンスに関する完全に合理的な想定事項に基づいた広告である場合においてさえも、自己の広告予算の多くは無駄使いであるにすぎないということを認識している。更に、これらの無駄遣いを特定して排除することは非常に困難である。

10

20

30

40

50

【 0 0 0 3 】

最近は、これまでよりも双方向性の高い媒体を通じた広告が主流になってきている。例えば、インターネット利用者数が爆発的に増加してきているのに伴い、広告主は、インターネットを通じて提供される媒体及びサービスを潜在的に強力な広告手段として高く評価するようになってきている。

【 0 0 0 4 】

広告主は、これらの広告の価値の最大化を試みて幾つかの戦略を構築している。1つの戦略においては、広告主は、多数のオーディエンスに到達するための媒介として、双方向型の媒体またはサービスを提供する人気のある存在または手段(本明細書においては一般性を失うことなしに「ウェブサイト」と呼ばれている)を利用する。広告主は、この第1の手法を用いることによって、例えばニューヨークタイムズウェブサイトのホームページ又はUSAトゥデイのウェブサイト、等に広告を掲載することができる。もう1つの戦略においては、広告主は、より狭い範囲のすきまのオーディエンスにターゲットを絞り、それによって、オーディエンスから良い反応が得られる確率を高くしようとする。例えば、コスタリカにおける熱帯雨林観光をプロモートするある旅行代理店は、ヤフーのウェブサイトのエコ観光旅行サブディレクトリに広告を掲載することができる。

【 0 0 0 5 】

上記の戦略にもかかわらず、ウェブサイトに基づく広告(「ウェブ広告」とも呼ばれる)は、「バナー広告」(グラフィックな要素を含む長方形のボックス)の形態で広告対象オーディエンスに示されるのが典型的である。該広告対象オーディエンスの一人(本明細書においては、一般性を失うことなしに「閲覧者」又は「ユーザー」と呼ばれている)がこれらのバナー広告の1つをクリックすることによって該バナー広告を選択した時には、典型的には、埋め込まれているハイパーテキストリンクが該閲覧者を広告主のウェブサイトにジャンプさせる。閲覧者が広告を選択するこのプロセスは、「クリックスルー」と一般的に呼ばれている(「クリックスルー」は、ユーザーによるあらゆる選択を網羅することが意図されている)。

【 0 0 0 6 】

広告主は、広告キャンペーンの効果を、幾つかの測定可能な又は決定可能なユーザーの行動(例えば、クリックスルー、クリックスルー率、コンバージョン、コンバージョンレート、等)を用いて判断することができる。広告のクリックスルー数とインプレッション数(1件の広告の表示回数)の比は、広告の「クリックスルー率」と一般的に呼ばれている。

【 0 0 0 7 】

ユーザーが以前に提供された広告に関連する1つのトランザクションを完遂させた時点で「コンバージョン」が発生したと言われる。コンバージョンを構成する要素は、各々の事例ごとに異なり、様々な方法で決定することができる。例えば、ユーザーが広告をクリックし、広告主のウェブページにジャンプし、該ウェブページを去る前に購入を完遂させたときにコンバージョンが発生する。代替として、コンバージョンとは、広告を見せられたユーザーが予め決められた期間(例えば7日)内に該広告の広告主のウェブページ上において購入を行うことであると定義することができる。更に、もう1つの代替においては、コンバージョンとは、測定可能な/観察可能なユーザーの行動(ホワイトペーパーのダウンロード、ウェブサイトの少なくとも所定の深さまでナビゲートする、少なくともある一定の数のウェブページを閲覧する、少なくとも予め決められた長さの時間をウェブサイト上又はウェブページ上で費やす、ウェブサイト上において登録する、等)であると広告主は定義することができる。更に、ユーザーの行動が購入完遂行動ではない場合でも、該ユーザーが成約見込み者になり得ることがしばしばある。しかしながら、コンバージョンを構成するユーザーの行動は、この定義に限定されるわけではない。実際、コンバージョンの構成要素に関してはその他の数多くの定義が可能である。広告のコンバージョン数とインプレッション数(即ち、1件の広告の表示回数)の比は、コンバージョンレートと一般的に呼ばれている。例えば、コンバージョンは、ある1つの広告が提供されて以降の予め

決められた時間内に発生することができる」と定義した場合は、コンバージョンレートに関して可能な1つの定義として、過去に該予め決められた時間以上にわたって提供されている広告しか考慮することができないと定義することもできる。

【0008】

ウェブサイトをベースにした広告は、当初は有望な手段であるとみなされたにもかかわらず、既存の手法には依然としていくつかの問題点が存在している。広告主は、多数のオーディエンスに自己の広告を届けられることができるが、広告投資収益を不満に思っていることがしばしばある。更に、オンラインに関するユーザーの習慣を追跡することによって広告パフォーマンスを向上させようとしている広告主も存在するが、この手法は、プライバシー上の懸念を抱かせている。

10

【0009】

1.2.1 ターゲットを特定した広告提供

最近では、何らかの型のユーザーの要求（例えば、検索上の問い合わせを検索エンジンに対して行う）に基づいて広告のターゲットを特定するのが一般的な傾向になってきている。例えば、Google検索エンジンウェブサイトは、広告を提供するきっかけとなる何らかのキーワードを指定することによって、これらのキーワード又はその派生語が検索問い合わせの中に含まれているときに1つの広告又は1つのグループの広告が提供されるようにすることを可能にする。残念なことに、広告主がある1つの所定の広告に関して適切なキーワード又はその他のターゲット特定基準を指定することが困難なことがしばしばある。このような不良のターゲット特定は、広告の提供が不適切（「過剰提供」）になる場合又は適時に広告が提供されないこと（「不十分な提供」）になる場合がある。

20

【0010】

1.2.1.1 過剰提供及びその結果生じる問題

広告主が1回のインプレッションではなく1回の選択に基づいて支払いを行う広告提供システムにおいては、ほとんどの広告主にとっては、関連しないインプレッションであっても問題にはならない。結局、ユーザーが広告を選択しない場合は、これらのインプレッションは無料である。一部のウェブサイトホストは、ユーザーの関心よりも広告収入を重視することを選択している。1つの該ウェブサイトは、“Overture.com”であり、ユーザーの問い合わせに回答した「検索結果」であることを装った広告を戻す自称「検索エンジン」サービスのホストである。該Overture.comウェブサイトは、広告主が広告料を支払うことによって自己のウェブサイト（即ち、ターゲットのウェブサイト）に関する広告を自称検索結果リストの上位に掲載することを認めている。広告主はユーザーが広告を選択した場合にしか広告料（即ち、1クリック当たりのコスト）を支払わない該方式が実行された場合には、ターゲットが適切に特定されていない広告は選択されず、このため支払いを行う必要がないため、自己の広告のターゲットを有効に特定しようとするインセンティブが広告主にない。従って、1クリック当たりのコストが高い広告は最上位又はその近くに掲載されるが、閲覧者はこれらの広告をクリックしないため広告発行者にとっては必ずしも真の収入に結び付かない。更に、ユーザーが選択する可能性がある広告は検索結果リストの下位に掲載されるか又はまったく掲載されないため、広告の意味が失われることになる。従って、このようなシステムの場合は、関連情報を探しているユーザーの関心が広告主の関心の下位に置かれるため、これらのユーザーの観点からは明らかに適切なシステムではない。しかしながら、該システムが、1回のインプレッション当たりのコスト方式ではなく1回のクリック当たりのコスト方式を採用した場合は、広告提供者にとっての収入発生の観点からは特に効率的なシステムではない。

30

40

【0011】

幾つかの広告提供システム（例えば、GoogleからのAdwords Select）は、クリックスルーが少ないキーワードを遮断し、更に、広告の提供を決定する際に広告のパフォーマンスを考慮する。このようなシステムにおいては、広告主は、自己の広告に関する関連キーワードを選び出すことが必要になる場合がある。

【0012】

50

更に、ターゲット特定基準が、不適當なときに又は望ましくないときに広告が提供されるきっかけになってしまうこともある。例えば、ある1つの広告(例えば、仕事での出張旅行に関する広告)のキーワード式ターゲット特定基準(例えば、旅行)がユーザーの検索問い合わせの言葉(例えば、「宇宙旅行」と文字通り一致していても、該広告(例えば、仕事での出張旅行に関する広告)を提供することは、不適當であるか又は望ましくない場合がある。このことは、該広告のパフォーマンスに対して影響を及ぼす可能性がある。一部の広告システムにおいては、不良な広告パフォーマンスは、コスト増及び/又は広告取り止めに結び付く可能性がある。

【0013】

1.2.1.2 不十分な広告提供及びその結果生じる問題

10
 広告主が自己の広告に関して特定のターゲット特定基準を考慮しない場合は、これらのターゲット特定基準がないことが原因となって、エンドユーザーに提示する上で本来ならば該当する広告であった広告を提供する機会を失ってしまうことになる可能性がある。例えば、「スタートレック」のDVDを販売する広告主は、「キャプテン・カーク」という言葉の検索が映画「スタートレック」に興味を有するユーザーであることを示している可能性があるにもかかわらずこの言葉をターゲット特定基準として使用することを考えない場合がある。この例は、機会を逸した(即ち、広告を提供するのが適切又は望ましいときに広告が提供されない)ことに関連する問題を示している。

【0014】

20
 広告を提供するエンティティの観点からは、関連広告を提供する機会を逸することは、収入を生み出す機会を逸することである。例えば、GoogleのAdwords Select等の幾つかの広告提供システムにおいては、提供された数多くの検索結果ページが広告をまったく(又はほとんど)含まないことがある。このような広告表示機会を逸した場合は、収入源としての機会が永久に失われるだけでなく、これらの検索に関してどのような広告を表示することが可能であったかについて何も学習されず、結果的に将来の収入を放棄してしまうことになる。

【0015】

30
 広告主の観点からは、自己の広告を提供する機会を逸するだけでなく、自己の広告が人気の低いキーワードとの一致に従って提供された場合は、広告提供コストは、競合する広告主の数がより多く存在するより人気のあるキーワードよりも低くすることができる。

【0016】

1.2.1.3 キーワード等の有効な広告提供基準の選択

上記の過剰提供及び不十分な提供に関する各節において示されているように、ターゲットの特定が適切でない広告は、ユーザー、広告主、および広告提供システムにとって悪い広告である。反対に、ターゲットが適切に特定された広告は適切な広告であり、従って、優れたパフォーマンスをあげて更にユーザーの経験を高めることになるはずである。残念なことに、キーワードに基づいた適切なターゲットを選び出す方法を広告主が学ぶことは難しい場合がある。

【0017】

40
 キーワードに基づいた適切なターゲットの選択は、難しい学習曲線を伴うことがあり、一定の問題がしばしば繰り返し発生している。例えば、広告主が自分自身のキーワードを選び出し、自己の広告が短時間だけ存在し、低パフォーマンス(例えば、クリック率が低い)を理由に幾つかのキーワード(又はキャンペーン全体)が遮断される可能性がある。これらの広告主は、キーワードを要求することができ、(顧客サービスからの又は自動キーワード推奨機能からの)推奨事項を広告主に提供することができる。しかしながら、キーワードの推奨が適切でない場合は、広告のパフォーマンスが引き続き不良であって再び遮断される可能性がある。

【0018】

50
 この学習プロセスは、広告主にとっての欲求不満源となる可能性がある。このような欲求不満は、広告主が広告提供システムの使用を完全に止めること、広告提供システムの使

用を減らすこと、又は広告提供システムの使用を拡大させないことに結び付く可能性がある。広告が該広告提供システムを引き続き使用した場合でも、キーワードによる適切なターゲット特定にゆっくりと収斂するプロセスは、販売サイクルを鈍化させることになる。

【発明の開示】

【発明が解決しようとする課題】

【0019】

従って、オンライン広告のパフォーマンスを向上させる必要がある。より具体的には、広告の関連性を高めること、及び、本来ならば失われてしまうおそれがある広告提供機会を利用することが必要である。このようにすることは、広告提供エンティティの収入を増大させること、ユーザーの経験を高めること、及び広告主の広告の効果を向上させてコストを引き下げること、が可能である。

10

【課題を解決するための手段】

【0020】

本発明は、広告主が、カテゴリを認識した（及び実地で証明済みの）のキーワードの提案をより多く受けることによって自己の広告の提供ターゲットの特定を向上させるのを援助するために使用することができる。新たな広告キャンペーンを有する広告主の場合は、該広告主は、広告情報（例えばクリエイティブ）を入力することができる。キーワード機能は、この入力された情報をシード情報として使用して1つ以上のカテゴリを推測する。次に、キーワード機能は、何らかの基本的なフィードバック情報（カテゴリ、ウェブページ情報、等）を確認又は否定するように広告主に要求する。例えば、広告主に候補カテゴリを提供し、これらのカテゴリのうちのいずれが自己の広告に関連するかを（例えばチェックボックスを用いて）確認するように要請する。一実施形態においては、広告サーバーシステムは、広告に関するキーワードを自動的に広告主に提供する。

20

【0021】

本発明の一実施形態においては、広告サーバーシステムは、決められたキーワードに関する試験を実施することができる。次に、広告サーバーシステムは、該試験結果を用いて推奨事項を広告主に提供する。幾つかの推奨事項は、ネガティブキーワードの推奨と同じくらい単純にすることができる（このことは、顧客のクリックスルー率を上昇させ、遮断されないように保護し、及び/又は広告主が順位を維持しつつより低いCPCにおいてクリックを得ることを可能にする）。広告を提供し続けている広告主は、キーワード提案を要求することができる。広告提供システムは、（例えば電子メールを通じて）「{提案されたキーワード}を使用すれば現在のCPCにおいてXの数のより多くのクリックを得ることができます」、又は、「{提案されたネガティブキーワード}をネガティブキーワードとして用いることによって、クリックコストを引き下げることができます」、若しくは、「{提案されたキーワード}を用いて遮断を回避してください」、等の通知を当該広告主に対して行うことができる。キーワード提案は、新しいキャンペーンの構築及び利用可能在庫予測のために使用することもできる。ターゲットに出会っていない既存のキャンペーンの場合は、キーワード提案は、より多くのキーワードを見つけ出して追加するのを容易にする。

30

【0022】

以上のように、本発明と一致する1つの方法は、数多くのキーワードターゲットを入手することと、カテゴリプールを構築することと、（例えば、広告主「カテゴリ」及びキーワードインターセクション(keyword intersection)によってリンクされた)類似の広告主からの情報を用いて広告ターゲット特定情報を補強することと、カテゴリに関する推奨事項を提供することと、ユーザーインタフェースを通じて広告主によるフィードバック（拒否、受け入れ、確認、等）を受け入れること、とを含むことができる。更に、該方法は、カテゴリプールを使用するか又は競争相手によって予め適格とされたキーワードを使用することによって未使用在庫に関する試験広告を広告主のために実施することと、エンドユーザーに対する試験広告においてパフォーマンスが優れていたキーワードを提案すること、とを含むこともできる。本発明と一致する1つの方法は、広告主がターゲット特定キ

40

50

ーワードを選択するのを援助することに加えて、ネガティブカテゴリターゲット特定（及びこれらのネガティブカテゴリを用いたネガティブキーワード式ターゲット特定）を提案することもできる。

【発明を実施するための最良の実施形態】

【0023】

本発明は、広告のターゲットを特定するために用いられるキーワード（「広告特定キーワード」と呼ばれる）を提案及び/又は提供するための斬新な方法、装置、メッセージフォーマット及び/又はデータ構造を含むものである。以下の説明は、当業者が本発明を製造及び使用するのを可能にすることを目的とするものであり、特定の用途及びその要件に関して示されている。開示された実施形態は様々な修正が可能であることが当業者に明確になり、更に、下記的一般原理はその他の実施形態及び用途に対しても応用可能である。従って、本発明は、示されている実施形態に限定することを意図するものではなく、更に、本発明の発明者は、本発明が特許権を取得可能な主題であるとみなしている。

10

【0024】

以下では、本発明が動作することができる環境、又は本発明が動作時に並存することができる環境が第4.1項において説明される。本発明の典型的実施形態が第4.2項において説明される。本発明の典型的実施形態の動作例が第4.3項に示されている。最後に、本発明に関する幾つかの結論が第4.4項に示されている。

【0025】

4.1 本発明が動作可能な環境又は本発明が動作時に並存することができる環境

20

4.1.1 典型的広告環境

図1は、広告環境を示した高位概略図である。該環境は、広告を入力、維持及び引き渡すシステム120を含む。広告主110は、直接または間接的に、システム120内に広告情報を入力すること、及びシステム120において広告情報を維持及び追跡することができる。広告は、グラフィック広告（いわゆるバナー広告）、テキストのみの広告、画像広告、音声広告、映像広告、これらの構成要素のうちのいずれかを1つ以上組み合わせた広告、等の形態をとることができる。更に、該広告は、埋め込まれた情報（リンク、等）及び/又は機械によって実行可能な命令を含むこともできる。広告消費者130は、広告要求をシステム120に出すこと、自己の要求に対応した広告をシステム120から受け取ること、及び使用情報をシステム120に提供することができる。図示されていないが、その他のエンティティは、使用情報（広告に関連するコンバージョン又はクリックスルーが発生しているかどうか、等）をシステム120に提供することができる。更に、この使用情報は、提供されている広告に関連する測定された又は観察されたユーザーの行動を含むことができる。

30

【0026】

広告消費者130の一例は、コンテンツ（記事、ディスカッションスレッド、音楽、映像、グラフィック、検索結果、ウェブページリスト、等）の要求を受け取り、該要求に対応して要求コンテンツを検索するか又はその他の形で該要求に対応する汎用コンテンツサーバーである。該コンテンツサーバーは、システム120に広告要求を出すことができる。該広告要求は、希望される複数の広告を含むことができる。更に、該広告要求は、コンテンツ要求情報を含むこともできる。この情報は、コンテンツ自体（ページ、等）、コンテンツ又はコンテンツ要求に対応するカテゴリ（芸術、ビジネス、コンピュータ、芸術-映画、芸術-音楽、等）、コンテンツ要求の一部又は全体、コンテンツの日付、コンテンツの種類（テキスト、グラフィックス、映像、音声、組合せ媒体、等）、ジオロケーション情報、等を含むことができる。

40

【0027】

該コンテンツサーバーは、要求されたコンテンツを、システム120によって提供された広告のうちの1つ以上の広告と組み合わせる。次に、コンテンツ及び広告を含むこの組合せ情報が、該コンテンツを要求したエンドユーザーに提示するために該ユーザーに向けて送られる。最後に、該コンテンツサーバーは、広告に関する情報と、広告の提供方法、

50

提供日時、及び/又は提供場所に関する情報（掲載位置、クリックスルーの有無、インプレッション時間、インプレッション日、サイズ、コンバージョンの有無、等）を、システム120に戻す。その代替として、又はその追加として、該情報は、その他のいくつかの手段によってシステム120に戻すことができる。

【0028】

広告消費者130のもう1つの例は、検索エンジンである。検索エンジンは、検索結果に関する問い合わせを受け取る。検索エンジンは、該問い合わせに対応して、関連する検索結果を（例えばウェブページ索引、等から）検索する。オーストラリアのブリスベンで開催された第7回国際WWW会議においてS・プリン及びL・ページによって発表された、"The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Search Engine"（大規模なハイパーテキスト検索エンジンの解剖）という題名の論文、及び米国特許No. 6, 285, 999において、1つの典型的な検索エンジンが説明されている（これらの参考文献は、本明細書において参照することによって本明細書に組み入れられている）。該検索結果は、例えば、ウェブページタイトルを記載したリスト、これらのウェブページから抜粋されたテキストのスニペット、及びこれらのウェブページへのハイパーテキストリンクを含むことができ、更に、予め決められた数の（例えば10の）検索結果に分割することができる。

【0029】

検索エンジンは、広告要求をシステム120に出すことができる。該広告要求は、希望される複数の広告を含むことができる。この数は、検索結果、検索結果によって占有される画面面積又はページスペース、広告のサイズと形、等に依存する。一実施形態においては、希望される広告数は、1乃至10であり、更に、好ましいことに3乃至5である。広告要求は、問い合わせ（入力された問い合わせ又は構文解析された問い合わせ）、該問い合わせに基づいた情報（ジオロケーション情報、該問い合わせがアフィリエイトからのものであるかどうか、及び該アフィリエイトの識別子、等）、及び/又は、検索結果に関係するか又は検索結果に基づいた情報も含むことができる。該情報は、例えば、検索結果に関連する識別子（ドキュメント識別子又は“docID”、等）、検索結果に関連する点数（問い合わせ及びドキュメントに対応する特徴ベクトルのドット積、等の情報検索（“IR”）点数、ページランク点数、及び/又はIR点数とページランク点数の組合せ、等）、識別されたドキュメント（ウェブページ、等）から抜粋されたテキストのスニペット、識別されたドキュメントの全テキスト、識別されたドキュメントの特徴ベクトル、等を含むことができる。

【0030】

検索エンジンは、検索結果を、システム120によって提供された広告のうちの1つ以上の広告と組み合わせることができる。次に、検索結果と広告を含むこの組合せ情報は、コンテンツを要求したユーザーに対して提示するために、該ユーザーに向けて送られる。好ましいことに、これらの検索結果は、有料広告及び中立的と推測される検索結果のいずれであるかについてユーザーを混乱させないようにするために、広告とは異なる情報として維持される。

【0031】

最後に、検索エンジンは、広告に関する情報と、広告の提供日時、提供場所、及び/又は提供方法に関する情報（位置、クリックスルーの有無、インプレッション時間、インプレッション日、サイズ、コンバージョンの有無、等）をシステム120に戻す。その代替として、又はその追加として、該情報は、その他のいくつかの手段によってシステム120に戻すことができる。

【0032】

4.1.2 典型的な広告入力・維持・引渡し環境

図2は、本発明とともに使用することができる典型的な広告システム120'、又は本発明を使用時に並存することができる典型的な広告システム120'を示した図である。典型的な広告システム120'は、在庫システム210を含み、更に、広告情報205及び使用情報245を保存することができる。典型的な広告システム120'は、広告情報入力・管

10

20

30

40

50

理動作 215、キャンペーン（ターゲット特定、等）援助動作 220、会計・課金動作 225、広告提供動作 230、関連性決定動作 235、最適化動作 240、相対的提示属性割当て（掲載位置順設定、等）動作 250、不正発見動作 255、及び結果インタフェース動作 260をサポートする。

【0033】

広告主 110 は、広告情報入力・管理動作 215 を通じてシステム 120' とインタフェースすることができる（インタフェース 216）。広告消費者 130 は、広告提供動作 230 を通じてシステム 120' とインタフェースすることができる（インタフェース 231）。更に、広告消費者 130 及び/又はその他のエンティティ（図示されていない）は、結果インタフェース動作 260 を通じてシステム 120' とインタフェースすることもできる（インタフェース 261）。

10

【0034】

広告プログラムは、アカウント、キャンペーン、クリエイティブ、ターゲット特定、等に関する情報を含むことができる。「アカウント」は、所定の広告主に関する情報（一意の電子メールアドレス、パスワード、課金情報、等）に関わる用語である。「キャンペーン」又は「広告キャンペーン」は、1つ以上の広告から成る1つ以上のグループを意味しており、開始日、終了日、予算情報、ジオターゲティング情報、シンジケーション情報、等を含む。例えば、ホンダは、自社の自動車製品に関する1つの広告キャンペーン、及び自社の自動二輪に関する別個の広告キャンペーンを有することができる。更に、自動車製品に関するキャンペーンは、各々が1つ以上の広告を含む1つ以上の広告グループを有している。各広告グループは、一組のキーワード、及び最大コス

20

ト（1回のクリックスルー当たりのコスト、1回のコンバージョン当たりのコスト、等）を含むことができる。その代替として、又はその追加として、各広告グループは、平均コスト（1回のクリックスルー当たりの平均コスト、1回のコンバージョン当たりの平均コスト、等）を含むことができる。従って、単一の最大コスト及び/又は単一の平均コストを、1つ以上のキーワードと関連させることができる。既述のように、各広告グループは、1つ以上の広告又は「クリエイティブ」（即ち、究極的にエンドユーザーに提供される広告コンテンツ）を有することができる。当然のことであるが、広告情報 205 はこれよりも多くの情報又はこれよりも少ない情報を含むことができ、更に、いくつかの異なった方法で構成することができる。

30

【0035】

広告情報 205 は、広告情報入力・管理動作 215 を通じて入力及び管理することができる。キャンペーン（ターゲット特定、等）援助動作 220 は、広告主 110 が有効な広告キャンペーンを生成するのを援助するために採用することができる。例えば、キャンペーン援助動作 220 は、在庫システム 210 によって提供される情報を用いることができ、在庫システム 210 は、検索エンジンとともに用いる広告という意味において、可能性があるすべての広告インプレッション、既に予約されている広告インプレッション、及び所定のキーワードに関して入手可能な広告インプレッションを追跡することができる。広告提供動作 230 は、広告消費者 130 からの広告要求に対応する。広告提供動作 230 は、関連性決定動作 235 を用いて、所定の要求に関する候補広告を決定する。次に、広告提供動作 230 は、最適化動作 240 を用いて、最終的な一組の1つ以上の候補広告を選択する。次に、広告提供動作 230 は、相対的提示属性割当動作 250 を用いて、返送する広告の提示順序を定める。会計/課金動作 225 は、広告の提供に関連する料金を追跡するため及び広告主に課金するために使用することができる。不正発見動作 255 は、（例えば広告主が）盗まれたクレジットカードを使用することによる広告システムの不正使用を減らすために用いることができる。最後に、結果インタフェース動作 260 は、実際に提供された広告に関する結果情報（例えば、クリックスルーが発生したかどうか、コンバージョンが発生したかどうか（例えば、広告された品目又はサービスの販売が、該広告の提供時以降における予め決められた時間内に開始されたか又は完遂されたかどうか）

40

50

、等)を(広告消費者130から又はその他の何らかのエンティティから)受け入れるために使用される。該結果情報は、インタフェース261において受け入れられ、広告自体と該広告の提供時間を識別するための情報、及び関連する結果を含む。

【0036】

以下の説明から理解されるように、キャンペーンターゲット特定援助動作220には本発明の様々な側面を当てはめることができる。

【0037】

4.1.3 定義

オンライン広告(例えば、図1及び図2を参照して上述されている典型的システム又はその他のシステムにおいて用いられる広告、等)は、様々な固有の機能を有することができる。これらの機能は、アプリケーションによって指定すること及び/又は広告主が指定することができる。以下では、これらの機能は「広告機能」と呼ばれている。例えば、テキスト広告の場合は、広告機能は、タイトル行、広告用テキスト、及び埋め込まれたリンクを含むことができる。画像広告の場合は、広告機能は、画像、実行可能コード、及び埋め込まれたリンクを含むことができる。広告機能は、オンライン広告の種類に依存して、テキスト、リンク、音声ファイル、映像ファイル、画像ファイル、実行可能コード、埋め込み情報、等のうちの1つ以上を含むことができる。

【0038】

オンライン広告を提供時には、1つ以上のパラメータを用いて該広告の提供方法、提供日時、及び/又は提供場所を記述することができる。これらのパラメータは、以下では「広告提供パラメータ」と呼ばれている。広告提供パラメータは、例えば、広告が提供されたページの特長(該ページにおける情報を含む)、広告の提供と関連された検索問い合わせ又は検索結果、ユーザーの特徴(地理上の所在場所、ユーザーの使用言語、使用されたブラウザの種類、それ以前におけるページ閲覧、それ以前の行動)、要求を開始させたホストサイト又はアフィリエイトサイト(America Online、Google、Yahoo、等)、該広告が提供されたページ上における該広告の絶対位置、提供されたその他の広告との関係における該広告の位置(空間的位置又は時間的位置)、該広告の絶対サイズ、その他の広告と比較した場合における該広告のサイズ、該広告の色、提供されたその他の広告数、提供されたその他の広告の種類、提供時刻、提供曜日、提供日、等のうちの1つ以上を含むことができる。当然のことであるが、本発明の適用範囲内において使用できるその他の広告提供パラメータも存在する。

【0039】

広告提供パラメータは、広告機能にとって本質的なものではないが、広告提供条件又は制限事項として広告と関連させることができる。該広告提供パラメータは、広告提供条件又は制限事項として使用時には、単に「広告提供制限事項」(又は「ターゲット特定基準」と呼ばれる。例えば、いくつかのシステムにおいては、広告主は、平日のみに提供する、ある一定の掲載位置よりも低くしない、ある一定の所在地のユーザーのみに提供する、等の条件を指定することによって自己の広告の提供ターゲットを特定することができる。もう1つの例として、いくつかのシステムにおいては、広告主は、ページ又は検索問い合わせがある一定のキーワード又は句を含む場合のみに広告が提供されるように指定することができる。さらにもう1つの例として、いくつかのシステムにおいては、広告主は、提供対象ドキュメントが一定の話題又は概念を含む場合のみに、又は1つの又は複数の特定のクラスタの下に入るか若しくはその他の1つの又は複数の分類の下に入る場合のみに、自己の広告が提供されるように指定することができる。

【0040】

ターゲット特定広告において、「ターゲット特定キーワード」は、広告が表示される資格を有するときを指定する(又は制限する)ことによって広告の提供ターゲットを特定する1つの識別されたキーワード又はキーワードのグループ(句、又はネガティブキーワードを含む)であることができる。幾つかの広告提供システムにおいては、広告主は、一致パターンを指定することによって、広告の提供を決定する際に自己のキーワードをどのよ

10

20

30

40

50

うに使用すべきかを指定することができる。例えば、広告主が「広範な」一致パターン（デフォルト時の設定にすることができる）を指定する場合は、該広告主は、一般的なキーワード又はキーワードの句（例えば「テニスシューズ、等」）を自己のキーワードリスト内に含めることができる。この例においては、該広告主の広告は、ユーザーが「テニス」及び「シューズ」という言葉（いずれの順序であるかは問わない）をおそらくその他の言葉といっしょに検索時に提供される資格を有する。更に、該広告主の広告は、拡大された一致（複数形及び関連する変形、等）の対象にすることも可能である。その他の広告主が、広告を提供するきっかけとなる同じ広範な一致キーワードの組合せに関して競合している可能性があるため、広範なターゲット特定キーワードを用いることは、コストを増大させる場合がある。このため、（後述されている）正確な一致、句の一致、又はネガティブな一致を用いることは、広告主がコストを最小にするのを援助することができる。広告主は、（例えば、「テニスシューズ」のようにキーワードを引用符でくくることによって）「句」による一致パターンを指定することができる。この場合は、該広告主の広告は、ユーザーが「テニスシューズ」の順序で（おそらくその他の言葉といっしょに）「テニスシューズ」という句を検索時に提供する資格を有することになる。例えば、該広告主の広告は、「テニスのためのシューズ」ではなく「赤いテニスシューズ」という問い合わせに関して提供される資格を有することになる。句を一致させることは、広範な一致よりもターゲットが特定されるが、正確な一致よりも多少柔軟である。広告主は、（例えば、[テニスシューズ]のように自己のキーワードを角括弧でくくることによって）「正確な」一致

【0041】

「ジオロケーション情報」は、1つ以上の国、1つ以上の（国間の）地域、1つ以上の州、1つ以上の地下鉄区域、1つ以上の都市、1つ以上の町、1つ以上の自治区、共通の郵便番号を有する1つ以上の区域、共通の市外局番を有する1つ以上の区域、共通のケーブルヘッドエンド局によって対応される1つ以上の区域、共通のネットワークアクセスポイント又はノードによって対応される1つ以上の区域、等のうちの1つ以上を指定する情報を含むことができる。ジオロケーション情報は、上記の緯度及び/又は経度、又は範囲を含むことができる。更に、ジオロケーション情報は、ユーザーの所在場所を推定することができる情報（IPアドレス、等）を含むことができる。

【0042】

「広告情報」は、広告機能、広告提供制限事項、広告機能又は広告提供制限事項から導き出すことが可能な情報（「広告派生情報」と呼ばれる）、及び/又は広告に関連する情報（「広告関連情報」と呼ばれる）、更には該情報の敷衍情報（広告関連情報から導き出される情報、等）のあらゆる組合せを含むことができる。

【0043】

「ドキュメント」は、機械によって読み取り可能であり更に機械によって保存可能なあらゆる作業成果物を含むと広義に解釈すべきである。ドキュメントは、ファイル、ファイルの組合せ、その他のファイルへのリンクが埋め込まれた1つ以上のファイル、等である。これらのファイルは、テキスト、音声、画像、映像、等のあらゆる種類のファイルである。1つのドキュメントのうちでエンドユーザーに提供される部分は、該ドキュメントの「コンテンツ」であると考えることができる。ドキュメントは、コンテンツ（単語、写真、等）及びそのコンテンツの意味の表示（電子メールフィールドとその関連データ、HTMLタグとその関連データ、等）の両方を含む「構造化データ」を含むことができる。ド

10

20

30

40

50

キュメント内における広告スポットは、埋め込まれた情報又は命令によって定義することができる。インターネットの観点においては、1つの共通ドキュメントはウェブページである。ウェブページは、コンテンツを含むことがしばしばあり、埋め込まれた情報（メタ情報、ハイパーリンク、等）及び/又は埋め込まれた命令（Java（登録商標）script、等）を含むことができる。多くの場合においては、ドキュメントは、一意の、アドレス指定可能な記憶場所を有しており、このため、このアドレス指定可能な記憶場所によって一意で識別することができる。ユニバーサルリソースロケータ（URL）は、インターネット上の情報にアクセスするために用いられる一意のアドレスである。

【0044】

「ドキュメント情報」は、ドキュメントに含まれているすべての情報、ドキュメントに含まれている情報から導き出すことができる情報（「ドキュメント派生情報」と呼ばれる）、及び/又はドキュメントに関連する情報（「ドキュメント関連情報」と呼ばれる）、並びに該情報の敷衍情報（関連情報から導き出される情報、等）を含む。ドキュメント派生情報の一例は、ドキュメントのテキストに関するコンテンツに基づく分類である。ドキュメント関連情報例は、インスタントドキュメントへのリンクを有するその他のドキュメントからのドキュメント情報、及び、インスタントドキュメントがリンクしているその他のドキュメントからのドキュメント情報、等である。

10

【0045】

ドキュメントのコンテンツは、「コンテンツ提供アプリケーション又はデバイス」で提供することができる。コンテンツ提供アプリケーション例は、インターネットブラウザ（Explorer、Netscape、等）、メディアプレーヤー（MP3プレーヤー、Realnetworksストリーミング音声ファイルプレーヤー、等）、ビューワー（Adobe Acrobat pdfリーダー、等）、等である。

20

【0046】

「コンテンツオーナー」は、ドキュメントのコンテンツに対して何らかの所有権を有する人またはエンティティである。コンテンツオーナーは、該コンテンツの著者であることができる。さらに加えて、又は代替として、コンテンツオーナーは、コンテンツを複製する権利、コンテンツの派生品を準備する権利、コンテンツを公開するか又は公に実施する権利、及び/又は法律によって保護されているその他のコンテンツ権を有することができる。コンテンツサーバーは、提供するドキュメントのコンテンツに関するコンテンツオーナーであることができるが、コンテンツオーナーである必要はない。

30

【0047】

「ユーザー情報」は、ユーザーの行動に関する情報及び/又はユーザープロフィール情報を含む。更に、ユーザー情報は、ユーザーの地理上の所在場所、又はユーザーの地理上の所在場所の推定も含むことができる。

【0048】

「電子メール情報」は、電子メールに含まれているあらゆる情報（「内部電子メール情報」とも呼ばれる）、電子メールに含まれている情報から導き出すことが可能な情報及び/又は電子メールに関連する情報、更に加えて該情報の敷衍情報（関連情報から導き出された情報、等）を含む。電子メール情報から導き出された情報の一例は、電子メールの件名行から抽出された項目によって構成される検索問い合わせに対応して返送された検索結果から抽出されるかまたはその他の形で導き出された情報である。電子メール情報に関連する情報例は、ある所定の電子メールを送信した送信者と同じ送信者によって送信された1つ以上のその他の電子メールに関する電子メール情報、又は、電子メール受信者に関するユーザー情報を含む。電子メール情報から導き出される情報又は電子メール情報に関連する情報は、「外部電子メール情報」と呼ぶことができる。

40

【0049】

本発明の様々な典型的実施形態が第4.2項において説明される。

【0050】

4.2 典型的実施形態

50

上述されているように、本発明は、広告のターゲットを特定するために用いられるキーワードを提案及び／又は提供するために使用することができる。以下では、キーワードとカテゴリを関連づける典型的実施形態が第4.2.1項において説明される。次に、該関連づけを用いてキーワードを提案及び／又は提供するための典型的実施形態が第4.2.2項において説明される。更に、幾つかの可能な改良及び代替実施形態が第4.2.3項において説明される。最後に、本発明の様々な側面を実施するために使用することができる典型的装置が第4.2.4項において説明される。

【0051】

4.2.1 キーワードとカテゴリの関連づけ

図3は、本発明と一致する形で実施することができる動作、及び、本発明と一致する形で使用又は保存することができる情報、を例示した泡図である。より具体的には、図3の動作は、キーワードとカテゴリとの間における関連性を生成するために使用される。例えば、キーワード分類動作320は、キーワードインデックス330をキーワード310から生成するために使用される。キーワード310は、例えば検索問い合わせから得ることができる。キーワードインデックス330は、キーワード332を、1つ以上の関連づけられたカテゴリ334に関するルックアップキーとして使用する。ソート動作360は、キーワードインデックス330のエントリをソートするために使用される。例えば、これらのエントリは、キーワード332の使用回数に基づいてソートすることができる。最後に、インデックス反転動作340は、キーワードインデックス330からキーワード反転インデックス350を生成するために使用される。キーワード反転インデックス350は、カテゴリ352を、関連キーワード354に関するルックアップキーとして使用することができる。

【0052】

4.2.2 キーワードとカテゴリの関連づけを用いたキーワードの提案及び／又は提供

図4は、広告のターゲットを特定するためのキーワードを提案するために及び／又は自動的に供給するために用いることができる（本発明と一致した）動作を示した泡図である。この図において、カテゴリ決定動作410は、広告情報420を用いて1つ以上のカテゴリ450を決定する。カテゴリ決定動作410は、次の手法のうちの1つ以上を用いてカテゴリを決定する。例えば、1つの手法を用いた場合において、広告情報420が1つ以上のキーワードを含む場合は、カテゴリ決定動作410は、キーワード-カテゴリ関連づけ情報（キーワードインデックス330、等）を用いて、これらの1つ以上のキーワードと関連づけられた1つ以上のカテゴリ334を決定する。決定された1つ以上のカテゴリは、ユーザーインタフェース動作440に提供される。ユーザーインタフェース動作440は、(i)決定されたカテゴリを広告主、又はその代理人（以下単に「広告主」とする）に提示するため、及び(ii)提示されたカテゴリに関するフィードバックを広告主から受け取るために、使用することができる。例えば、幾つかの候補カテゴリを広告主に提示することができる。広告主は、該提示に回答して、これらの候補カテゴリのうちのいずれが適切であるか及び／又は適切でないかを示すことができる。別の手法においては、広告情報410は、クリエイティブ又はランディングウェブページへのリンクを含むことができる。カテゴリ決定動作410は、該情報及びその他の情報405を用いて、1つ以上のカテゴリを決定する。（例えば、DETERMINING CONTEXTUAL INFORMATION FOR ADVERTISEMENTS AND USING SUCH DETERMINED CONTEXTUAL INFORMATION TO SUGGEST TARGETING CRITERIA AND /OR IN THE SERVING OF ADVERTISEMENTS（広告に関するコンテキスト情報の決定、及び該決定されたコンテキスト情報を用いたターゲット特定基準の提案及び／又は広告の提供）という題名を有し、アミット・シンハル、メーラン・サハミ、アミット・パテル及びスチーブ・ローレンスを発明者として記載する米国特許出願一連番号10/419,692（出願日：2003年4月21日）（本明細書において参照することによって本明細書に組み入れられている）を参照すること）。該特許出願では、生成された広告コンテキスト情報は、広告主がキーワード等の追加の広告提供制限事項を検討するのに援助するために使用することができる、と述べている。）

10

20

30

40

50

使用される手法（複数の手法を含む）にかかわらず、1つ以上のカテゴリ450が生成される。キーワード提案/提供動作460は、1つ以上の生成されたカテゴリ450を用いて1つ以上のキーワード465を生成する。例えば、キーワード提案/提供動作460は、1つ以上のカテゴリ450を、キーワード反転インデックス350内のルックアップキーワード354に関するキー352として使用することができる。決定されたキーワード476は、提案されたキーワードとしてユーザーに提供することができ、又は、ターゲット特定キーワードとして自動的に広告と関連づけることができる。しかしながら、下記の本発明の一実施形態においては、キーワード資格試験が最初に実施される。

【0053】

本発明の一実施形態においては、キーワード提案/提供動作460は、キーワードを決定する際に未使用在庫情報455を使用する。例えば、該未使用在庫情報455は、ある一定の時間における幾つかの未使用広告スポットとキーワードを関連づけることができる。生成されたターゲット特定キーワード465は、これらのキーワードと関連づけられた幾つかの未使用広告スポットに基づいて順序を定めることができる。このように、ターゲット特定キーワードとして使用された場合に、本来ならば未使用である数多くの広告スポットを埋めることになるキーワードを、本来ならば未使用である広告スポットをほとんど埋めないキーワードよりも優先させることができる。

【0054】

図5において、未使用在庫情報560は、ページアセンブリ動作510によってコンパイルされる。これらの動作510は、基本的には、ウェブページ情報（例えば検索結果）530、問い合わせ情520及び広告（例えば広告サーバーからの広告）540を組み合わせ、広告550を有するウェブページを生成する。該ウェブページが10の広告スポットを有しており更に10の広告が提供されると仮定すると、この場合は、未使用広告スポットは存在せず、情報560は更新する必要がない。しかしながら、該ウェブページが10の広告スポットを有していて3つの広告のみが提供されている場合は、7つの未使用広告スポットが存在する。この場合は、情報560のうちで問い合わせ520内において見つかったキーワード562に対応するエントリに関して、関連づけられた数の未使用広告スポット564を増やすことができる。従って、未使用広告スポット数564は、幾つかのページ提供における未使用広告スポットの和に相当する。未使用広告スポット数564は、臨時の合計であることができ、（例えば、過去2週間におけるページ提供に基づいて）時間窓関数を当てはめることができ、その他ののである。未使用在庫情報560は、未使用広告スポット数に基づいて時折順序を設定することができる。

【0055】

再度図4において、上述されているように、決定されたキーワードは、単純に広告主に提案すること、又はキーワードターゲットとして広告に提供することができるが、これらのキーワードの資格を最初に試験することが望ましい場合がある。キーワードの資格が試験される実施形態においては、キーワードステータス確認動作470は、検討対象キーワード465のキーワードステータス確認情報（例えば、広告主の承認を得る必要なしに広告ターゲット特定情報として使用する上で適格であると判定された、広告ターゲット特定情報として使用する上で適格であると判定されたが広告主の承認を必要とする、適格であると判定されずかつ不適格であるとも判定されていない、又は、広告ターゲット特定情報として使用する上で不適格であると判定されている、のうちのいずれか1つ以上）を確認することができる。キーワードステータス情報475は、（例えば、広告のカテゴリに留意せずに）キーワード一般に関して維持することができ、及び/又は1つ以上の特定のカテゴリとの関係におけるキーワードに関して維持することができる。図4には示されていないが、キーワードステータス情報475は、キーワード反転インデックス350内に保存すること、又はその他の形でキーワード反転インデックス350とリンクさせることができる。キーワードが広告主の承認を得る必要なしに広告ターゲット特定情報として使用する上で適格であると判定された場合は、ターゲット特定キーワードとして広告情報に加えらる。キーワードが広告ターゲット特定情報として使用する上で適格であると判定さ

10

20

30

40

50

れたが広告主の承認を要する場合は、広告主に提示するためにユーザーインタフェース動作440に提供される。キーワードが不適格であると判定された場合は、検討対象から外すべきである。最後に、キーワードが適格でも不適格でもない(例えば、該キーワードに関する資格判定情報が存在しない)場合は、キーワード試用動作480に渡すことができる。

【0056】

キーワード試用動作480は、該キーワードをターゲット特定キーワードとして使用して広告485を提供することによって該広告のパフォーマンスを調べる。この試用は、本来であれば未使用の在庫に限定することができる。一般的には、広告のパフォーマンスが良い場合は、該広告は適格と判定され、該広告のパフォーマンスが悪い場合は、不適格と判定され、キーワードステータス情報475が適宜更新される。この場合、様々なステータスレベルを様々な試用パフォーマンスレベルと関連づけることができる。キーワードが適格又は不適格であると判定する方法については、その他の方法も使用することができる。検討対象となっているが資格判定情報を有さない幾つかのキーワードが存在する場合は、キーワード試用動作480は、未使用在庫量が最も多いキーワードを最初に試用する。その後さらなるキーワードを試用することができる。本発明の一実施形態においては、これらのさらなるキーワードは、未使用在庫が多いほうのキーワードを先に試用して未使用在庫が少ないほうのキーワードをその後試用することができる。

本発明に従って実施することができる動作を紹介後は、これらの動作を実施するための幾つかの典型的な方法について説明される。

【0057】

図6は、本発明と一致する形でキーワード提案/提供動作460を実施するために使用することができる典型的な方法600の流れ図である。方法600では、1つ以上のカテゴリが受け入れられる。(ブロック610)次に、これらの受け入れられたカテゴリを用いて1つ以上のキーワードが決定される。(ブロック620)。この決定は、キーワードインデックス330を用いて行うことができることを思い出すこと。決定されたキーワードは、未使用在庫情報を用いて順序が決定される。(ブロック630)このようにして、ターゲット特定キーワードとして用いられた場合により多くの広告スポットを埋めることになるキーワードを最初に検討することができる。ループ640乃至660によって示されているように、決定されたキーワードの各々に関して、又は少なくとも検討対象となっている決定キーワードの各々に関して、幾つかの行為を行うことができる。本発明の一実施形態においては、キーワードが単純に広告主に対して提案されるか又はターゲット特定キーワードとして提供される。(ブロック650)本発明の代替実施形態においては、キーワードステータスが確認される。例えば、キーワードが適格であるかどうかを決定することができる。(決定ブロック680)適格であることが決定された場合は、方法600は、既に説明されているブロック650に進む。キーワードが適格でなく(かつ不適格にもされてない)場合は、資格試験のための試用動作にパスワードを渡すことができる。(ブロック690)すべてのキーワードを処理後は、方法600から出る。(ブロック670)

図7は、本発明と一致する形でユーザーインタフェース動作440を実施するために使用することができる典型的な方法700の流れ図である。ブロック710によって示されるように、様々なイベントの発生に対応して方法700の様々な分枝を実施することができる。より具体的には、(例えば、カテゴリ決定動作410によって)1つ以上の候補カテゴリが提供された場合は、これらの候補カテゴリは、広告主による受け入れ又は拒否を行うために広告主に提示され(ブロック720)、その後方法700はブロック710に戻る。(例えば、キーワード提案動作460によって)1つ以上の候補キーワードが提供された場合は、これらの候補キーワードは、広告主による受け入れ又は拒否を行うために広告主に提示され(ブロック320)、その後方法700はブロック710に戻る。1つ以上のカテゴリが広告主によって受け入れられた場合は、これらのカテゴリは、キーワード提案/提供動作(例えば、図4のキーワード提案/提供動作)に渡され(ブロック7

10

20

30

40

50

40)、その後方法700はブロック710に戻る。1つ以上のキーワードが広告主によって受け入れられた場合は、これらのキーワードは、ターゲット特定キーワードとして広告情報に追加され(ブロック750)、その後方法700はブロック710に戻る。方法700から出る条件が生じた場合は、方法700は終了することができる。(ノード760)

図8は、キーワードがターゲット特定キーワードとして適格であるかどうかを試用するために本発明と一致する形で使用できる典型的な方法800の流れ図である。最初に、1つのキーワード(又は2つ以上のキーワード)が受け入れられる。(ブロック810)試用動作は、1つの広告(さらには1つのグループの広告)を提供する際に1つ以上のキーワードをターゲット特定キーワードとして使用し(ブロック820)、更に、これらの広告のパフォーマンスは追跡することができる(ブロック830)。本発明の一実施形態においては、試用ターゲット特定キーワードを用いた広告の提供は、本来ならば未使用である広告スポット(在庫)に限定することができる。ある一定の時間が経過後及び/又はある一定の数の広告提供後は、様々なパフォーマンスレベルに応じて方法800の様々な分枝を実施することができる。キーワードのパフォーマンスが(一般的に、又は特定のカテゴリに関して)良い場合は、(一般的に、又は該特定のカテゴリに関する)提案対象キーワードとして及び/又は適格キーワードとして印が付けられ、その後方法800を出る(ノード870)。実際には、適格なターゲット特定キーワードを有する一般的クリエイティブ(例えば、一定の広告主情報が挿入されたクリエイティブテンプレート)が急ぎの承認を得る対象となる可能性がある。他方、(一般的に、又は特定のカテゴリに関して)キーワードのパフォーマンスが悪い場合は、(一般的に、又は該特定のカテゴリに関して)不適格と判定されて使用不能として印が付けられ、その後方法800から出る(ノード870)。このようにして、広告主は、パフォーマンスが悪いキーワードを用いて自己の広告のターゲットを特定するという欲求不満を回避することができる。

【0058】

図示されていないが、キーワードは、様々なパフォーマンスレベルと関連づけられた様々なステータスレベルを割り当てることができる。一実施形態においては、1つ以上のキーワードをターゲット特定キーワードとして用いることに従って提供された広告が、最良のキーワード(例えば、既に使用中のキーワード)であると販売員及び/又は顧客が既にみなしているキーワードに匹敵するパフォーマンス(例えば、クリックスルー率)を有する場合は、これらのキーワードに関するパフォーマンスは良いとみなすことができる。

【0059】

4.2.3 改良点及び代替方法

広告提供エンティティが(例えば、特定のキーワードターゲットに依らずに)不透明な広告パフォーマンス報告を提供したほうが望ましい場合がある。このように、キーワードによるターゲット特定上の知識基盤を保護すること及びデータを企業秘密として取り扱うことが可能である。該実施形態においては、広告主は、使用されているキーワード式ターゲット特定に関する詳細について知る必要なしに自己の広告キャンペーンのパフォーマンスが良いことを知って満足することができる。このことは、代替のキーワード式ターゲット特定・広告提供会社を広告主にとって魅力の小さいものにすることができる。

【0060】

適格キーワードは、例えばネガティブキーワード、等のあらゆる種類のキーワードであることができることに注目すること。

【0061】

4.2.4 典型的装置

図9は、上述されている1つ以上の動作を実施すること及び様々な情報を保存することができる機械900の高位ブロック図である。機械900は、基本的には、プロセッサ910と、入力/出力インタフェース装置930と、記憶装置920と、結合された要素間における情報伝達を容易にするためのシステムバス又はネットワーク940と、を含む。入力/出力装置930には、入力装置932及び出力装置934を結合させることができ

る。

【0062】

プロセッサ910は、本発明の1つ以上の側面を実施するために、機械によって実行可能な命令（例えば、カリフォルニア州パロ・アルトに所在するサン・マイクロシステムズ・インクから入手可能なSolarisオペレーティングシステム上で又はノースカロライナ州ダラムに所在するレッド・ハット・インク、等のいくつかの販売業者から幅広く入手可能なLinux（登録商標）オペレーティングシステム上で走るC又はC++、等）を実行することができる。これらの機械で実行可能な命令の少なくとも一部は、記憶装置920に（一時的に又はそれよりも永続的に）格納することができ、及び/又は入力インタフェース装置930を通じて外部源から受け取ることができる。

10

【0063】

一実施形態においては、機械900は、1つ以上の従来のパソコンであることができる。この場合は、処理装置910は、1つ以上のマイクロプロセッサであることができる。バス940は、システムバスを含む。記憶装置920は、読取専用メモリ（ROM）及び/又はランダムアクセスメモリ（RAM）、等のシステムメモリを含む。更に、記憶装置920は、ハードディスクからの読み取り及びハードディスクへの書き込みを行うためのハードディスクドライブ、（例えば取り外し可能な）磁気ディスクからの読み取り又は（例えば取り外し可能な）磁気ディスクへの書き込みを行うための磁気ディスクドライブ、取り外し可能な（磁気）光学ディスク（コンパクトディスク、等）又はその他の（磁気）光学媒体からの読み取り又は該光学ディスク又は光学媒体への書き込みを行うための光学ディスクドライブを含む。

20

【0064】

ユーザーは、例えばキーボード及びポインティング装置（例えばマウス）、等の入力装置932を通じてコマンド及び情報をパソコンに入力することができる。更に、その他の入力装置（マイク、ジョイスティック、ゲームパッド、衛星放送アンテナ、スキャナ、等）も追加で（又は代替として）含むことができる。これらの入力装置及びその他の入力装置は、システムバス940に結合された適切なインタフェース930を通じて処理装置910に接続されることがしばしばある。

【0065】

出力装置934は、同じく適切なインタフェースを通じてシステムバス940に接続することができるモニター又はその他の型の表示装置を含む。パソコンは、該モニターに加えて（又は該モニターの代わりに）、スピーカー及びプリンタ等のその他の（周辺）出力装置（図示されていない）を含む。

30

【0066】

4.3 動作例

次に、本発明の典型的動作を示した一例が提供される。ここでは、広告主がジャガー車のディーラーであると仮定する。単語「ジャガー」は、広告情報420として提供される。該単語は、入力されたクリエイティブ情報、広告内において指定されたランディングウェブページからの情報、及び/又は入力されたターゲット特定キーワード、等から取り出すことができる。カテゴリ決定動作410は、以下のような様々な（そして関連している可能性がある）カテゴリ（及びサブカテゴリ）を決定することができる。

40

【0067】

自動車...

コンピュータ...オペレーティングシステム

音楽...ポピュラー音楽

音楽...楽器

動物...ほ乳類...ネコ科

映画...外国映画

旅行...リゾート

スポーツ及び娯楽...シュノーケルによる遊泳...スキューバダイビング...

50

スポーツ及び娯楽．．．フットボール．．．
ペット．．．魚

例えば、「ジャガー」は、高級車、アップル社のマッキントッシュ（登録商標）のオペレーティングシステム、レコーディングアーティスト（ジャガー・ライト氏又はジェット・ジャガー氏）、外国映画（エイミーとジャガー）、ベリーズの環礁、アメリカンフットボールのチーム、又は淡水魚のシクリッド、に該当する可能性がある。決定されたカテゴリは、ユーザーインタフェース動作 440 を通じて広告主に提供することができ、広告主は、自動車のカテゴリのみが該当するように指定することができる。これで、「自動車」のカテゴリが、キーワード提案/提供動作 460 に提供され、該動作 460 は、以下のよう
10

【0068】

車、部品、サービス、ディーラー、融資者、X型、S型、XJ、等

生成されたキーワードは、(a) ターゲット特定キーワードとして広告に加えること、(b) ターゲット特定キーワードとして広告主に提案すること、又は(c) 試験すること（まだ適格であると判定されていない場合）ができる。キーワード試用動作 480 は、広告を対象キーワードとともに掲載し、対象となる1つ以上のキーワードを基準にした広告のパフォーマンスを追跡することができる。パフォーマンスが良いキーワードは、(a) ターゲット特定キーワードとして広告に加えること、又は(b) ターゲット特定キーワードとして広告主に提案すること、ができる。パフォーマンスが良くないキーワードは、一般的に不適格であると判定するか又は自動車のカテゴリに関して不適格であると判定
20

【0069】

4.4. 結論

上記の開示から理解できるように、本発明は、(i) 広告のターゲット特定能力を向上させること及び本来であれば逸することになる関連広告提供機会を利用することを目的としてターゲット特定基準を提案又は提供することによって、及び(ii) ターゲットの特定が不良である広告を広告主が排除するのを援助することによって、オンライン広告主及びエンティティによるオンライン広告の提供を援助するために使用することができる。上述されている様々な手法は、組み合わせる又は提携して使用することができる。本発明の幾つかの実施形態は、広告主がキーワード式ターゲット特定の詳細を学ぶ必要がないよう
30

【図面の簡単な説明】

【0070】

【図1】 広告システムと双方向で対話することができる当事者又はエンティティを示した高位概略図である。

【図2】 本発明が動作することができる典型的広告環境、又は本発明が動作時に並存することができる典型的広告環境の泡図である。
40

【図3】 図2において示されているようなオンライン環境においてキーワードとカテゴリを関連づけるために使用することができる、本発明と一致した動作、を示した泡図である。

【図4】 広告のターゲットを特定するためのキーワードを提案するため及び/又は自動的に供給するために使用することができる、本発明と一致した動作、を示した泡図である。

【図5】 未使用在庫情報のコンパイルに使用することができる、本発明と一致した動作、を示した泡図である。

【図6】 本発明と一致する形でキーワードを提案又は提供するために使用することができる典型的方法の流れ図である。

【図7】 本発明と一致する形でユーザーインタフェースをサポートするために使用するこ
50

とができる典型的方法の流れ図である。

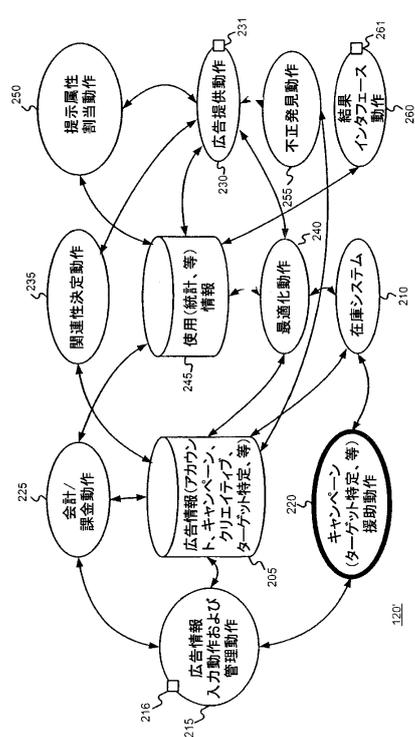
【図8】本発明と一致する形でキーワードを試験するために使用することができる典型的方法の流れ図である。

【図9】本発明と一致する形で実施することができる様々な動作の少なくとも一部を行うために使用することができる装置のブロック図である。

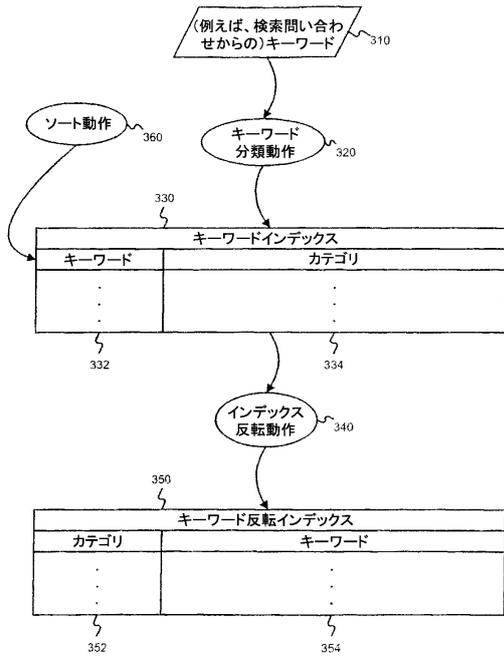
【図1】



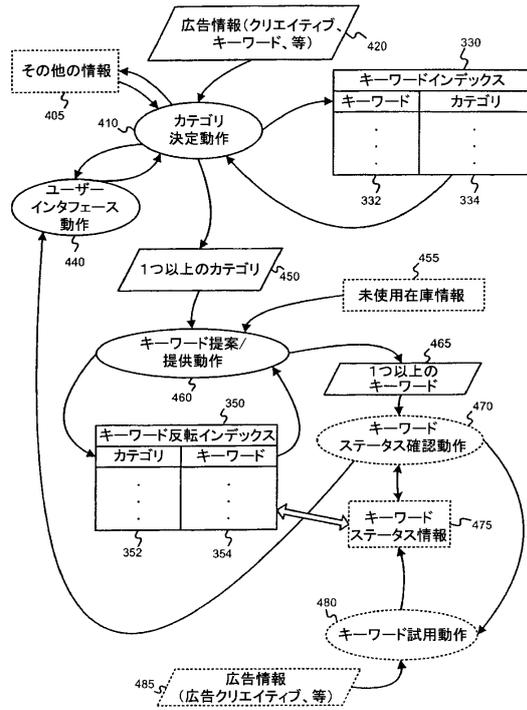
【図2】



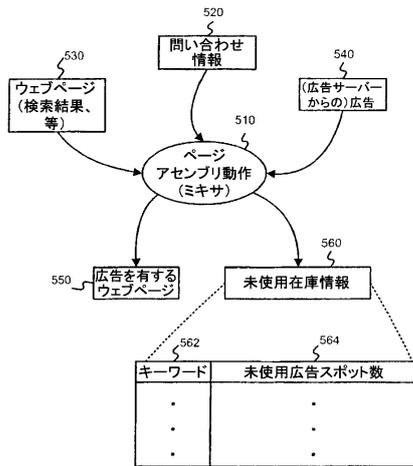
【図3】



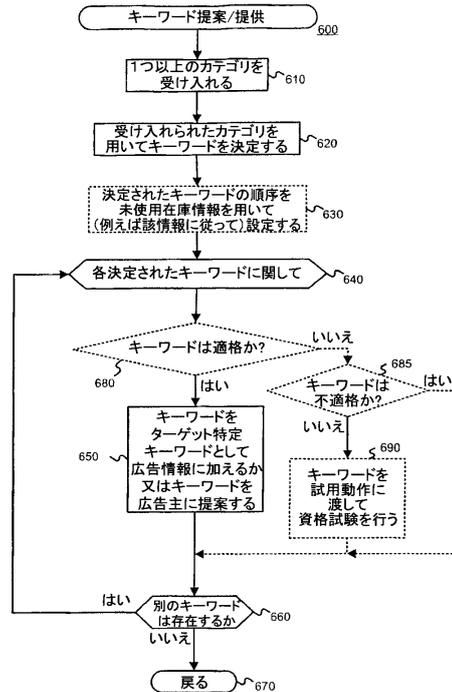
【図4】



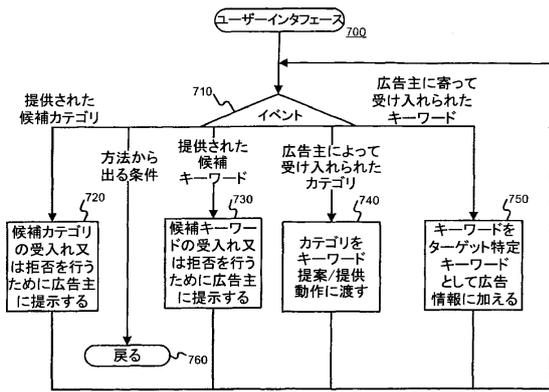
【図5】



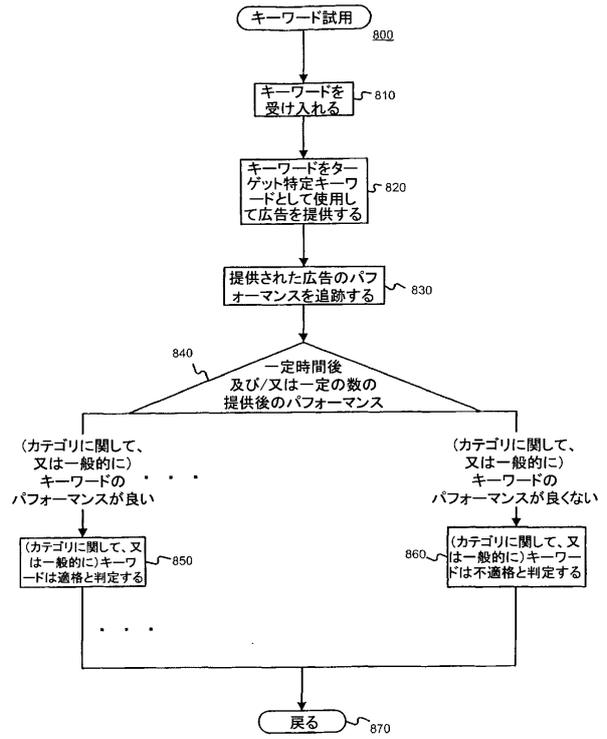
【図6】



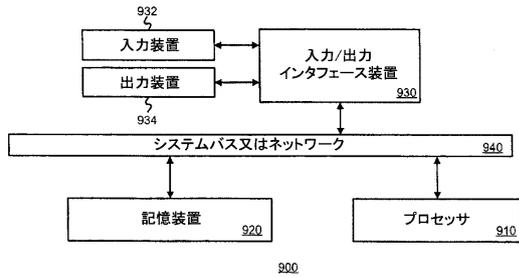
【図7】



【図8】



【図9】



フロントページの続き

- (74)代理人 100095441
弁理士 白根 俊郎
- (74)代理人 100084618
弁理士 村松 貞男
- (74)代理人 100103034
弁理士 野河 信久
- (74)代理人 100119976
弁理士 幸長 保次郎
- (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 100101812
弁理士 勝村 紘
- (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
- (74)代理人 100134290
弁理士 竹内 将訓
- (74)代理人 100127144
弁理士 市原 卓三
- (74)代理人 100141933
弁理士 山下 元
- (72)発明者 ロス、コニングステイン
アメリカ合衆国、カリフォルニア州 9 4 0 2 5、メンロ・パーク、ヘンダーソン・アベニュー
1 0 2 8
- (72)発明者 スピトコブスキ、バレンティン
アメリカ合衆国、カリフォルニア州 9 4 0 8 6、サニーベール、アカラネス・ドライブ 2 4 2
、アパートメント・ナンバー 1 0
- (72)発明者 ハリク、ジョージズ・アール
アメリカ合衆国、カリフォルニア州 9 4 0 4 1、マウンテン・ビュー、ハイ・スクール・ウェイ
9 5 0、アパートメント・ナンバー 3 1 3 5
- (72)発明者 シャジーア、ノアム
アメリカ合衆国、カリフォルニア州 9 4 3 0 6、パロ・アルト、ミラー・アベニュー 4 3 5 1

合議体

審判長 金子 幸一
審判官 須田 勝巳
審判官 井上 信一

- (56)参考文献 特開2003-242159(JP,A)
特開平8-171569(JP,A)
特開2003-228676(JP,A)
特開2001-306608(JP,A)
特開2003-331187(JP,A)

特開平10-334100(JP,A)

特開平10-149369(JP,A)

特開平11-328192(JP,A)

渡辺 隆広, オーバーチュア スポンサーサーチVSグーグル アドワーズ - 月々数万円で効果バツグン! 「広告型検索サービス」を使いこなせ - , iNTERNET magazine 2nd STAGE, 株式会社インプレス, 2004年01月01日(発行日), 2003年12月04日((財)ソフトウェア情報センター受入日), 第108号, p106-113

(58)調査した分野(Int.Cl., DB名)

G06Q10/00-50/00