



(19) 대한민국특허청(KR)  
(12) 등록특허공보(B1)

(45) 공고일자 2009년02월03일  
(11) 등록번호 10-0881832  
(24) 등록일자 2009년01월28일

(51) Int. Cl.<sup>9</sup>  
G06Q 30/00 (2008.03)  
(21) 출원번호 10-2007-0031534  
(22) 출원일자 2007년03월30일  
심사청구일자 2007년03월30일  
(65) 공개번호 10-2009-0000760  
(43) 공개일자 2009년01월08일  
(56) 선행기술조사문헌  
KR1020070007131 A\*

\*는 심사관에 의하여 인용된 문헌

(73) 특허권자  
엔에이치엔(주)  
경기도 성남시 분당구 정자동 25-1 분당벤처타운  
(72) 발명자  
송기호  
서울시 강남구 청담동 501-3  
김민욱  
서울시 중랑구 묵2동 235-103  
김병학  
서울시 송파구 잠실3동 주공아파트 레이크펠리스  
102동 1801호  
(74) 대리인  
특허법인무한

전체 청구항 수 : 총 23 항

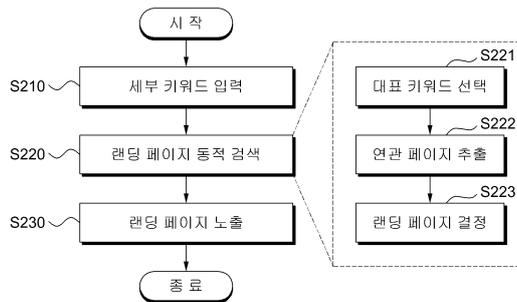
심사관 : 전한철

(54) 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법 및시스템

(57) 요약

본 발명은 사용자가 입력한 세부 키워드와 연관된 랜딩 페이지의 페이지 정보를 노출함에 있어서, 상기 세부 키워드가 포함하는 키워드와 연관된 랜딩 페이지가 일률적으로 노출되는 것이 아니라, 상기 세부 키워드 연관된 최적의 랜딩 페이지를 검색하여, 상기 최적의 랜딩 페이지를 상기 사용자에게 노출하는 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법 및 시스템에 관한 것이다. 본 발명에 따른 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법은 광고주가 구매한 대표 키워드 이외의 문자열이 추가된 키워드를 포함하는 세부 키워드를 사용자로부터 입력받는 단계, 상기 입력된 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾는 단계 및 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 상기 사용자에게 노출하는 단계를 포함한다.

대표도 - 도2



## 특허청구의 범위

### 청구항 1

키워드 광고 노출 방법에 있어서,

입력부에서 광고주가 구매한 대표 키워드 이외의 문자열이 추가된 키워드를 포함하는 세부 키워드를 사용자로부터 입력받는 단계;

선택부에서 상기 입력된 세부 키워드와 연관된 적어도 하나의 대표 키워드를 선택하는 단계;

추출부에서 상기 적어도 하나의 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 단계;

결정부에서 상기 추출된 복수의 페이지를 분석하여 상기 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 단계; 및

노출부에서 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 상기 사용자에게 노출하는 단계를 포함하는 키워드 광고 노출 방법.

### 청구항 2

제1항에 있어서,

상기 세부 키워드는 상기 광고주가 구매한 대표 키워드의 구성 문자열 전체를 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 방법.

### 청구항 3

삭제

### 청구항 4

제1항에 있어서,

적어도 하나의 대표 키워드를 선택하는 상기 단계는,

상기 광고주가 구매한 복수의 대표 키워드 중 상기 세부 키워드의 구성 문자열을 포함하는 적어도 하나의 대표 키워드를 선택하는 단계

를 포함하는 키워드 광고 노출 방법.

### 청구항 5

제1항에 있어서,

대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 상기 단계는,

상기 대표 키워드를 등록한 광고주의 광고 사이트가 대형 광고 사이트인지 여부를 판단하는 단계;

상기 광고 사이트가 대형 광고 사이트인 경우, 상기 광고 사이트의 데이터베이스를 복제하고, 상기 복제된 데이터베이스를 통하여 상기 대표 키워드와 상기 복수 페이지 각각의 URL사이에 연관관계 정보를 추출하는 단계; 및

상기 추출된 연관관계 정보를 참조하여 상기 대표 키워드와 연결된 복수의 페이지를 추출하는 단계

를 포함하는 키워드 광고 노출 방법.

### 청구항 6

제5항에 있어서,

대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 상기 단계는,

상기 광고 사이트가 대형 광고 사이트가 아닌 경우, 웹 로봇에 의해서 상기 복수의 페이지를 다운로드 하여 추출하는 단계

를 더 포함하는 키워드 광고 노출 방법.

**청구항 7**

제1항 또는 제6항에 있어서,  
 랜딩 페이지를 결정하는 상기 단계는,  
 상기 추출된 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 빈도수를 결정하는 단계; 및  
 상기 결정된 출현 빈도수에 따라 상기 랜딩 페이지를 결정하는 단계  
 를 포함하는 키워드 광고 노출 방법.

**청구항 8**

제7항에 있어서,  
 추출된 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 빈도수를 결정하는 상기 단계는,  
 상기 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 1차 빈도수로 결정하는 단계; 및  
 상기 1차 빈도수가 결정된 페이지 각각에 앵커(anchor) 연결된 페이지의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하  
 여 2차 빈도수로 결정하는 단계  
 를 포함하는 키워드 광고 노출 방법.

**청구항 9**

제8항에 있어서,  
 추출된 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 빈도수를 결정하는 상기 단계는,  
 상기 1차 빈도수 및 2차 빈도수를 참조하여 상기 앵커 연결된 페이지의 출현 빈도수를 결정하는 단계  
 를 더 포함하는 키워드 광고 노출 방법.

**청구항 10**

제9항에 있어서,  
 1차 빈도수 및 2차 빈도수를 참조하여 상기 앵커 연결된 페이지의 출현 빈도수를 결정하는 상기 단계는,  
 상기 1차 빈도수에 상기 2차 빈도수를 곱하여 상기 앵커 연결된 페이지의 출현 빈도수로 결정하는 단계  
 를 포함하는 키워드 광고 노출 방법.

**청구항 11**

제8항에 있어서,  
 상기 앵커 연결된 페이지는 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지에 포함되는 것을 특징으로 하는 키워드  
 광고 노출 방법.

**청구항 12**

제7항에 있어서,  
 결정된 출현 빈도수에 따라 상기 랜딩 페이지를 결정하는 상기 단계는,  
 상기 복수의 페이지 각각의 출현 빈도수를 비교하여 상기 출현 빈도수가 최고인 페이지를 상기 랜딩 페이지로  
 결정하는 단계  
 를 포함하는 키워드 광고 노출 방법.

**청구항 13**

제1항, 제2항, 제4항 내지 제6항 중 어느 한 항의 방법을 실행하기 위한 프로그램이 기록되어 있는 것을 특징으로 하는 컴퓨터에서 판독 가능한 기록 매체.

**청구항 14**

키워드 광고 노출 시스템에 있어서,

광고주가 구매한 대표 키워드 이외의 문자열이 추가된 키워드를 포함하는 세부 키워드를 사용자로부터 입력받는 입력부;

상기 입력된 세부 키워드와 연관된 적어도 하나의 대표 키워드를 선택하는 선택부;

상기 적어도 하나의 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 추출부;

상기 추출된 복수의 페이지를 분석하여 상기 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 결정부; 및

상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 상기 사용자에게 노출하는 노출부

를 포함하는 키워드 광고 노출 시스템.

**청구항 15**

제14항에 있어서,

상기 세부 키워드는 상기 광고주가 구매한 대표 키워드의 구성 문자열 전체를 포함하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 시스템.

**청구항 16**

삭제

**청구항 17**

제14항에 있어서,

상기 선택부는,

상기 광고주가 구매한 복수의 대표 키워드 중 상기 세부 키워드의 구성 문자열을 포함하는 적어도 하나의 대표 키워드를 선택하는 대표 키워드 선택부

를 포함하는 키워드 광고 노출 시스템.

**청구항 18**

제14항에 있어서,

상기 추출부는,

상기 대표 키워드를 등록한 광고주의 광고 사이트가 대형 광고 사이트인지 여부를 판단하는 광고 사이트 판단부;

상기 광고 사이트가 대형 광고 사이트인 경우, 상기 광고 사이트의 데이터베이스를 복제하고, 상기 복제된 데이터베이스를 통하여 상기 대표 키워드와 상기 복수 페이지 각각의 URL사이에 연관관계 정보를 추출하는 연관관계 추출부; 및

상기 추출된 연관관계 정보를 참조하여 상기 대표 키워드와 연결된 복수의 페이지를 추출하는 복수 페이지 추출부

를 포함하는 키워드 광고 노출 시스템.

**청구항 19**

제18항에 있어서,

상기 추출부는,

상기 광고 사이트가 대형 광고 사이트가 아닌 경우, 웹 로봇에 의해서 페이지를 다운로드 하여 상기 복수의 페이지를 추출하는 웹 로봇 추출부

를 더 포함하는 키워드 광고 노출 시스템.

#### 청구항 20

제14항 또는 제19항에 있어서,

상기 결정부는,

상기 추출된 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 빈도수를 결정하는 빈도수 결정부; 및

상기 결정된 출현 빈도수에 따라 상기 랜딩 페이지를 결정하는 랜딩 페이지 결정부

를 포함하는 키워드 광고 노출 시스템.

#### 청구항 21

제20항에 있어서,

상기 빈도수 결정부는,

상기 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 1차 빈도수로 결정하는 1차 빈도수 결정부; 및

상기 1차 빈도수가 결정된 페이지 각각에 앵커(anchor) 연결된 페이지의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 2차 빈도수로 결정하는 2차 빈도수 결정부

를 포함하는 키워드 광고 노출 시스템.

#### 청구항 22

제21항에 있어서,

상기 빈도수 결정부는,

상기 1차 빈도수 및 2차 빈도수를 참조하여 상기 앵커 연결된 페이지의 출현 빈도수를 결정하는 출현 빈도수 결정부

를 더 포함하는 키워드 광고 노출 시스템.

#### 청구항 23

제22항에 있어서,

상기 출현 빈도수 결정부는,

상기 1차 빈도수에 상기 2차 빈도수를 곱하여 상기 앵커 연결된 페이지의 출현 빈도수로 결정하는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 시스템.

#### 청구항 24

제21항에 있어서,

상기 앵커 연결된 페이지는 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지에 포함되는 것을 특징으로 하는 키워드 광고 노출 시스템.

#### 청구항 25

제20항에 있어서,

상기 랜딩 페이지 결정부는,

상기 복수의 페이지 각각의 출현 빈도수를 비교하여 상기 출현 빈도수가 최고인 페이지를 상기 랜딩 페이지로

결정하는 비교 판단부

를 포함하는 키워드 광고 노출 시스템.

## 명세서

### 발명의 상세한 설명

#### 발명의 목적

##### 발명이 속하는 기술 및 그 분야의 종래기술

- <13> 본 발명은 키워드 광고 노출 방법 및 시스템에 관한 것이다. 키워드 광고란 광고주(또는 광고대행자)가 자신의 웹사이트 혹은 회사, 상품을 가장 잘 표현한다고 생각하는 키워드를 검색 포탈 사이트에 등록하고 검색을 원하는 일반 사용자가 검색어 입력창에 검색어를 입력한 후 검색을 수행하면 상기 검색어에 해당하는 키워드를 구매한 광고주의 광고를 검색 결과로 노출하는 형태의 광고영역이다.
- <14> 키워드 광고에 있어서 상기 검색어의 입력 후 검색 수행 결과에 의한 검색 결과를 노출함에 있어서, 상기 검색 결과에는 노출용 광고 정보(T&D: Title and Description) 및 상기 광고주의 광고 사이트 또는 상기 광고의 대표 페이지의 URL주소 정보가 함께 링크되어 노출된다.
- <15> 상기 URL주소 정보는 일반적으로 상기 광고주의 광고 사이트 또는 상기 광고의 대표 페이지에 대한 것이며, 예를 들어 "나이키 MAX360"의 검색어를 사용자가 입력하였을 때 "나이키" 또는 "나이키 MAX"를 키워드로 구매한 광고주의 광고 정보인 상기 광고주의 광고 사이트 또는 상기 광고의 대표 페이지가 링크되어 노출된다. 이렇게 노출될 경우에 대부분 대표 URL주소 정보가 링크되어, 사용자는 그 홈페이지 안에서 다시 나이키 MAX360을 찾기 위해 해매이는 경우가 발행하는 문제점이 있다.
- <16> 나아가 일반적으로 "나이키 MAX360"인 키워드를 상기 광고주가 구매하지 않은 경우에는 상기 광고주의 광고 정보 노출조차 되지 않아, 상기 광고주는 광고 효과를 전혀 바랄 수 없으며, 상기 사용자는 자신이 원하는 진정한 정보를 얻을 수 없는 문제점이 있다.

##### 발명이 이루고자 하는 기술적 과제

- <17> 본 발명은 상술한 바와 같은 종래기술의 문제점을 해결하기 위해 안출된 것으로서, 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법 및 시스템에 의하여, 광고주가 구매한 대표 키워드 이외의 문자열이 추가된 키워드를 포함하는 세부 키워드를 사용자로부터 입력받고, 상기 입력된 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾아 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 상기 사용자에게 노출함으로써, 상기 사용자에게 상기 사용자 자신이 실제로 원하는 상기 세부 키워드와 연관된 최적의 랜딩 페이지 정보를 제공하는 것을 목적으로 한다. 또한 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법 및 시스템에 의하여, 상기 광고주가 구매하지 않은 키워드에 대하여도 광고 정보가 노출되는 방법을 제시하여 광고 효과를 증가시키는 것을 그 목적으로 한다.

#### 발명의 구성 및 작용

- <18> 상기의 목적을 달성하고, 상술한 종래기술의 문제점을 해결하기 위하여, 본 발명의 일실시예에 따른 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법은 광고주가 구매한 대표 키워드 이외의 문자열이 추가된 키워드를 포함하는 세부 키워드를 사용자로부터 입력받는 단계, 상기 입력된 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾는 단계 및 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 상기 사용자에게 노출하는 단계를 포함한다.
- <19> 본 발명의 일측에 따르면, 입력된 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾는 상기 단계는, 상기 입력된 세부 키워드와 연관된 적어도 하나의 대표 키워드를 선택하는 단계, 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 단계 및 상기 추출된 복수의 페이지를 분석하여 상기 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 단계를 포함한다.
- <20> 본 발명의 다른 측면에 따르면, 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 상기 단계는, 상기 대표 키워드를 등록한 광고주의 광고 사이트가 대형 광고 사이트인지 여부를 판단하는 단계, 상기 광고 사이트가 대형 광

고 사이트인 경우, 데이터베이스 복제를 통하여 상기 대표 키워드와 상기 복수 페이지 각각의 URL사이에 연관관계 정보를 추출하는 단계 및 상기 추출된 연관관계 정보를 참조하여 상기 대표 키워드와 연결된 복수의 페이지를 추출하는 단계를 포함한다.

- <21> 본 발명의 다른 측면에 따르면, 랜딩 페이지를 결정하는 상기 단계는, 상기 추출된 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 빈도수를 결정하는 단계 및 상기 결정된 출현 빈도수에 따라 상기 랜딩 페이지를 결정하는 단계를 포함한다.
- <22> 본 발명의 다른 실시예에 있어서, 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 시스템은 광고주가 구매한 대표 키워드 이외의 문자열이 추가된 키워드를 포함하는 세부 키워드를 사용자로부터 입력받는 입력부, 상기 입력된 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾는 검색부 및 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 상기 사용자에게 노출하는 노출부를 포함한다.
- <23> 본 발명의 또 다른 측면에 따르면, 상기 검색부는, 상기 입력된 세부 키워드와 연관된 적어도 하나의 대표 키워드를 선택하는 선택부, 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 추출부 및 상기 추출된 복수의 페이지를 분석하여 상기 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 결정부를 포함한다.
- <24> 본 발명의 또 다른 측면에 따르면, 상기 추출부는, 상기 대표 키워드를 등록한 광고주의 광고 사이트가 대형 광고 사이트인지 여부를 판단하는 광고 사이트 판단부, 상기 광고 사이트가 대형 광고 사이트인 경우, 데이터베이스 복제를 통하여 상기 대표 키워드와 상기 복수 페이지 각각의 URL사이에 연관관계 정보를 추출하는 연관관계 추출부 및 상기 추출된 연관관계 정보를 참조하여 상기 대표 키워드와 연결된 복수의 페이지를 추출하는 복수 페이지 추출부를 포함한다.
- <25> 본 발명의 또 다른 측면에 따르면, 상기 결정부는, 상기 추출된 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 빈도수를 결정하는 빈도수 결정부 및 상기 결정된 출현 빈도수에 따라 상기 랜딩 페이지를 결정하는 랜딩 페이지 결정부를 포함한다.
- <26> 본 발명의 또 다른 측면에 따르면, 상기 빈도수 결정부는, 상기 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 1차 빈도수로 결정하는 1차 빈도수 결정부, 상기 1차 빈도수가 결정된 페이지 각각에 anchor 연결된 페이지의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 2차 빈도수로 결정하는 2차 빈도수 결정부 및 상기 1차 빈도수 및 2차 빈도수를 참조하여 상기 anchor 연결된 페이지의 출현 빈도수를 결정하는 출현 빈도수 결정부를 포함한다.
- <27> 도 1은 본 발명의 일실시예에 있어서, 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법 및 시스템의 개괄적인 모습을 도시한 도면이다. 도시된 바와 같이, 키워드 광고 노출 시스템(120)은 사용자(111 내지 113)가 입력한 세부 키워드와 연관된 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 찾아 상기 사용자에게 노출할 수 있다.
- <28> 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보는 상기 세부 키워드에 따라 동적으로 찾아 노출될 수 있으며, 상기 랜딩 페이지의 페이지 정보를 찾기 위하여, 키워드 광고 노출 시스템(120)은 상기 세부 키워드와 연관된 복수의 대표 키워드를 선택하고 상기 복수의 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출할 수 있다. 상기 대표 키워드는 광고주가 미리 자신의 광고 페이지를 노출시키기 위하여 구매한 것으로서, 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지는 상기 광고 페이지를 포함할 수 있다.
- <29> 상기 복수의 페이지 추출은 상기 광고주의 광고주 사이트가 대형사이트 인지 여부에 따라 그 방법이 달라질 수 있다. 본 발명의 일실시예로, 상기 광고주 사이트가 대형일 경우, 키워드 광고 노출 시스템(120)은 상기 복수의 페이지를 추출하기 위해서 광고주 서버(130)의 데이터베이스 복제를 통하여 상기 대표 키워드와 상기 복수의 페이지 각각의 URL사이에 연관관계 정보를 추출할 수 있으며, 상기 연관관계 정보를 참조하여 상기 복수의 페이지를 추출할 수 있다. 키워드 광고 노출 시스템(120)은 상기 복수의 페이지를 분석하여 상기 최적의 랜딩 페이지를 결정할 수 있다.
- <30> 이하 도 2 내지 도 8을 통해 이러한 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법 및 시스템에 대해서 더욱 자세히 설명한다. 도 2는 본 발명의 일실시예에 있어서, 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법을 도시한 흐름도이다. 도시한 바와 같이, 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법은 단계(S210) 내지 단계(S230)으로 수행될 수 있다.
- <31> 단계(S210)에서 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 시스템은 광고주가 구매한 대표 키워드 이외의 문자열이 추가된 키워드를 포함하는 세부 키워드를 사용자로부터 입력받을 수 있다. 상기 세부 키워드는 상

기 광고주가 구매한 대표 키워드의 구성 문자열 전체를 포함하는 것을 특징으로 할 수 있다. 좀 더 구체적으로 세부 키워드는 상기 광고주가 구매한 대표 키워드와 동일할 수 있으며, 상기 대표 키워드에 추가되는 문자열을 더 포함할 수 있다. 예를 들면, 상기 광고주가 구매한 키워드가 "나이키"라면, 상기 "나이키"자체도 세부 키워드가 될 수 있으며, 상기 "나이키"에 문자열이 추가되어 "나이키 MAX" 또는 "나이키 MAX360"과 같은 문자형식도 세부 키워드가 될 수 있다. 나아가 본 발명의 일실시예에 따르면, "나이키"를 포함하지 않더라도 상기 "나이키"와 연관성이 인정되는 문자열이 포함되는 경우에도 상기 세부 키워드 일 수 있다.

- <32> 기존의 키워드 광고에 있어서, 상기 광고주는 상기 대표 키워드를 구매하면서, 상기 사용자가 상기 대표 키워드를 입력창에 입력하면 상기 광고주가 미리 정한 대표 페이지가 상기 사용자에게 노출되도록 설정할 수 있다. 또한 상기 대표 키워드의 문자열을 포함하는 키워드 형식이 입력되는 경우에도 상기 대표 키워드와 연관된 상기 대표 페이지가 상기 사용자에게 노출될 수 있다. 그러나 본 발명에 따르면, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 사용자에게 의하여 상기 대표 키워드 및 상기 세부 키워드가 입력될 때, 최적의 랜딩 페이지를 찾아 상기 사용자에게 노출할 수 있어, 광고주의 광고 효과를 극대화시킬 수 있으며, 상기 사용자에게 최적의 광고 정보를 제공할 수 있다.
- <33> 단계(S220)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 입력된 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾을 수 있다. 상기 랜딩 페이지란 상기 사용자(검색 사용자)가 상기 광고주의 광고를 클릭한 후 처음으로 대면하는 페이지를 의미할 수 있다. 상기 키워드 광고 노출 시스템은 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾을 수 있으며, 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾기 위하여, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 사용자가 입력하는 세부 키워드 각각(Case by Case형식)에 따른 최적의 랜딩 페이지를 찾을 수 있다. 도 2에 도시된 바에 의하면, 단계(S220)은 단계(S221) 내지 단계(S223)으로 수행될 수 있다.
- <34> 단계(S221)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 입력된 세부 키워드와 연관된 적어도 하나의 대표 키워드를 선택할 수 있다. 상기 입력된 세부 키워드와 연관된 적어도 하나의 대표 키워드를 선택하기 위해서, 단계(S221)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 광고주가 구매한 복수의 대표 키워드 중 상기 세부 키워드의 구성 문자열을 포함하는 적어도 하나의 대표 키워드를 선택할 수 있다. 예를 들어, 상기 사용자가 입력한 세부 키워드가 "나이키 MAX360"라고 한다면, 상기 세부 키워드가 포함하는 구성 문자열은 "나이", "나이키", "나이키 MAX", "MAX", "MAX360", "360" 및 " 나이키 MAX360" 등을 포함하는 복수의 문자열 중에 적어도 하나일 수 있다. 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 복수의 구성 문자열 중에서 선택된 적어도 하나의 문자열과 동일한 대표 키워드를 선택할 수 있다. 상기 대표 키워드는 상기 광고주가 구매한 키워드를 의미하는 것으로 앞서 예시한 세부 키워드 "나이키 MAX360"를 참조하여 생각해보면, 상기 광고주가 "나이키" 및 "나이키 MAX"를 상기 대표 키워드로 구매한 경우 상기 세부 키워드인 "나이키 MAX360"에 연관된 대표 키워드로 상기 "나이키" 및 "나이키 MAX"가 선택될 수 있다.
- <35> 단계(S222)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출할 수 있다. 상기 복수의 페이지는 상기 사용자가 상기 대표 키워드를 검색창에 입력하고, 상기 입력에 의한 검색 결과로서 상기 사용자에게 노출되는 광고를 상기 사용자가 클릭함으로써, 상기 사용자에게 제공되는 대표 페이지를 포함할 수 있다. 또한, 상기 복수의 페이지는 상기 대표 페이지에 anchor 연결된 페이지를 포함할 수 있다. 상기 anchor 연결이란, 특정의 페이지에 다른 페이지를 링크로 연결 시키기 위한 연결 구조를 의미한다. 상기 페이지는 다양한 콘텐츠 페이지를 포함할 수 있으며, 웹 페이지를 의미할 수 있다. 또한 상기 콘텐츠 페이지는 문서, 음악 및 동영상 콘텐츠 페이지를 포함할 수 있다. 단계(S222)에 대해서는 추후 도 3을 통해서 더욱 상세하게 살펴보도록 하겠다.
- <36> 단계(S223)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 추출된 복수의 페이지를 분석하여 상기 최적의 랜딩 페이지를 결정할 수 있다. 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 사용자에게 상기 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 노출하기 위해서, 상기 추출된 복수의 페이지에 대한 분석을 통하여 최적의 랜딩 페이지를 결정할 수 있다. 단계(S222)에 대해서는 추후 도 4를 통해서 더욱 상세하게 살펴보도록 하겠다.
- <37> 단계(S230)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 상기 사용자에게 노출할 수 있다. 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보는 상기 랜딩 페이지의 URL주소를 포함할 수 있으며, 상기 랜딩 페이지의 요약문이나 내용 중 일부를 포함할 수 있다. 또한 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 최적의 랜딩 페이지의 URL주소를 직접 노출 한 후 상기 사용자가 상기 URL주소를 클릭한 경우 상기 최적의 랜딩 페이지를 직접 상기 사용자에게 노출할 수 있다.
- <38> 도 3은 본 발명의 일실시예에 있어서, 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 단계를 도시한 흐름도이

다. 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 단계(S222)는 단계(S311) 내지 단계(S313)로 수행될 수 있다. 또한, 본 발명의 다른 실시예에 있어서, 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 상기 단계는 단계(S311) 및 단계(S322)로 수행될 수 있다.

<39> 단계(S311)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 대표 키워드를 등록한 광고주의 광고 사이트가 대형 사이트인지 여부를 판단할 수 있다. 상기 광고주의 광고 사이트가 대형 사이트인지 여부를 판단하기 위해서, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 키워드를 구매하는 복수의 광고주의 광고 사이트 정보를 포함하는 사이트 데이터베이스를 유지할 수 있으며, 상기 사이트 데이터베이스를 참조하여 상기 대표 키워드를 등록한 광고주의 광고 사이트가 대형 사이트인지 판단할 수 있다. 본 발명의 다른 실시예에 따르면, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 광고주의 광고 사이트가 대형 사이트인지 여부를 판단하기 위해서, 상기 광고주 또는 상기 광고 사이트의 식별자를 이용하여 상기 대표 키워드를 등록한 광고주의 광고 사이트가 대형 사이트인지 판단할 수 있다. 상기 식별자는 판단 방법에 따라 다양하게 결정될 수 있다. 일반적으로 상기 대형 광고 사이트는 다양한 상품에 대하여 경매하고 판매하는 광고 사이트를 의미할 수 있다.

<40> 단계(S311)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 대표 키워드를 등록한 광고주의 광고 사이트가 대형 사이트인지 여부를 판단한 후, 상기 광고 사이트가 대형 광고 사이트일 경우에는 단계(S312)에서 데이터베이스 복제를 통하여 상기 대표 키워드와 상기 복수 페이지 각각의 URL사이에 연관관계 정보를 추출할 수 있다. 상기 데이터베이스는 상기 광고주의 대형 광고 사이트가 유지하고 있는 데이터베이스를 의미할 수 있으며, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 데이터베이스 복제를 통하여 상기 대형 광고 사이트의 광고주가 구매한 대표 키워드와 상기 대형 광고 사이트에 포함된 복수의 페이지 각각의 URL사이에 연관관계 정보를 추출할 수 있다. 상기 연관관계 정보는 상기 대표 키워드와 연관된 상기 복수의 페이지 각각의 anchor연결 구조 정보를 포함할 수 있다. 예를 들어 상기 대형 광고 사이트의 광고주가 구매한 키워드가 "나이키"이고(실제로 위와 같은 대형 광고 사이트의 광고주는 수백 개 이상의 대표 키워드를 구매한다.) 상기 대표 키워드 "나이키"에 대한 광고에 대하여 직접 링크 연결된 페이지를 대표 페이지라고 한다면, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 대표 페이지에 anchor 연결된 페이지를 포함하는 복수의 페이지 각각의 URL과 상기 대표 키워드인 "나이키"의 연관관계 정보를 추출할 수 있다.

<41> 단계(S313)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 추출된 연관관계 정보를 참조하여 상기 대표 키워드와 연결된 복수의 페이지를 추출할 수 있다. 좀 더 구체적으로, 단계(S313)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 대표 키워드와 연결된 페이지를 추출함에 있어서, 상기 페이지는 상기 대표 키워드에 직접 연결된 대표 페이지를 포함할 수 있으며, 상기 대표 페이지에 링크로 연결된 페이지를 포함할 수 있으며, 상기 링크로 연결된 페이지에 또 다시 링크 연결된 페이지를 포함할 수 있다. 상기 연관관계 정보를 참조하면 상기 대표 키워드와 연결된 복수의 페이지 전부를 추출할 수 있으며, 상기 대표 키워드가 복수개인 경우 각각의 대표 키워드와 연결된 복수의 페이지 전부를 추출할 수 있다. 다만, 상기 복수의 페이지는 상기 대표 키워드와 직접적으로 링크 연결된 페이지만을 의미할 수도 있다.

<42> 단계(S311)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 대표 키워드를 등록한 광고주의 광고 사이트가 대형 사이트인지 여부를 판단한 후, 상기 광고 사이트가 대형 광고 사이트가 아닌 경우에, 단계(S322)에서 웹 로봇에 의해서 상기 복수의 페이지를 다운로드 하여 추출할 수 있다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 상기 복수의 페이지는 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 의미하며, 상기 복수의 페이지는, 상기 대표 키워드를 구매한 광고주의 광고 사이트가 대형 광고 사이트가 아닌 경우에는 웹 로봇을 이용하여 상기 복수의 페이지를 다운로드 하여 추출되는 것이다. 상기 웹 로봇은 웹 페이지 수집프로그램을 의미할 수 있으며, 상기 웹 로봇은 링크를 따라 인터넷을 돌아다니면서 대형 광고 사이트가 아닌 상기 광고 사이트의 링크를 어떤 경로로든지 발견하여 상기 복수의 페이지 정보를 수집해 갈 수 있다. 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 웹 로봇에 의하여 수집된 상기 복수의 페이지 정보를 이용하여 상기 복수의 페이지를 다운로드 하여 추출할 수 있다.

<43> 이와 같이, 대형 광고 사이트인지 여부에 따라 상기 복수의 페이지를 추출하는 방법을 달리 함으로써, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 복수의 페이지를 추출에 있어서의 효율성을 높일 수 있다. 또한, 상기 대형 광고 사이트에 포함된 모든 페이지를 웹 로봇에 의하여 찾지 않아도 되는 이점이 있으며, 대형 광고 사이트가 아닌 사이트에 대해서는 데이터베이스 복제를 지양함으로써, 데이터베이스 복제로 인한 상기 키워드 광고 노출 시스템의 과부하를 방지할 수 있다.

<44> 도 4는 본 발명의 일 실시예에 있어서, 추출된 복수의 페이지를 분석하여 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 단계를 도시한 흐름도이다. 추출된 복수의 페이지를 분석하여 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 단계(S223)는 단계

(S401) 및 단계(S402)로 수행될 수 있다.

- <45> 단계(S401)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 추출된 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 빈도수를 결정할 수 있다. 상기 출현 빈도수는 상기 추출된 복수의 페이지에 상기 세부 키워드가 출현한 횟수 정보를 포함할 수 있으며, 상기 횟수 정보를 이용하여 소정의 계산 방법에 의하여 계산된 결과 값을 포함할 수 있다. 상기 계산 방법은 다양할 수 있으며, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 출현 빈도수 계산에 있어 상기 세부 키워드의 유효 출현 여부를 판단하는 단계를 포함할 수 있다. 상기 유효 출현 여부는 상기 세부 키워드에 포함된 구성 문자열이 포함되어 있지만, 의미적으로나 문법적으로 유효 출현으로 판단할 수 없는 문자열 인지를 결정하는 방법에 의하여 판단될 수 있다. 단계(S401)에 대해서는 추후 도 5를 통하여 더욱 상세하게 살펴보고록 하겠다.
- <46> 단계(S402)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 결정된 출현 빈도수에 따라 상기 랜딩 페이지를 결정할 수 있다. 또한, 상기 결정된 출현 빈도수에 따라 상기 랜딩 페이지를 결정하기 위해서, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 복수의 페이지 각각의 출현 빈도수를 비교하여 상기 출현 빈도수가 최고인 페이지를 상기 랜딩 페이지로 결정할 수 있다. 상기 출현 빈도수가 최고인 페이지를 상기 최적의 랜딩 페이지로 결정할 수 있다. 다만, 출현 빈도수가 최고인 페이지를 상기 최적의 랜딩 페이지로 결정하는 상기 실시예는, 본 발명의 일실시예에 불과하며, 본 발명은 다른 실시예에 따른 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 모든 방법을 포함할 수 있다.
- <47> 도 5는 본 발명의 일실시예에 있어서, 추출된 복수의 페이지 각각의 세부 키워드 출현 빈도수를 결정하는 단계를 도시한 흐름도이다. 추출된 복수의 페이지 각각의 세부 키워드 출현 빈도수를 결정하는 단계(S401)는 단계(S501) 내지 단계(S503)로 수행될 수 있다.
- <48> 단계(S501)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 1차 빈도수로 결정할 수 있다. 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 복수의 페이지는 상기 대표 키워드와 연관된 페이지이며, 상기 복수의 페이지로 추출된 모든 페이지 각각에 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정할 수 있다. 상기 복수의 페이지에는 상기 대표 페이지가 포함될 수 있으며, 상기 대표 페이지와 anchor 연결된 모든 페이지가 포함될 수 있다.
- <49> 단계(S502)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 1차 빈도수가 결정된 페이지 각각에 anchor 연결된 페이지의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 2차 빈도수로 결정할 수 있다. 좀 더 구체적으로, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 1차 빈도수가 결정된 페이지는 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지에 포함될 수 있으며, 상기 1차 빈도수가 결정된 페이지 각각에 anchor 연결된 페이지의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 상기 anchor 연결된 페이지의 2차 빈도수로 결정할 수 있다. 상기 1차 빈도수가 결정된 페이지에 anchor 연결된 페이지에는 상기 1차 빈도수가 결정된 페이지가 포함될 수 있으며, 상기 2차 빈도수가 결정된 복수의 페이지 중에서 상기 최적의 랜딩 페이지를 결정할 수 있다.
- <50> 단계(S503)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 1차 빈도수 및 2차 빈도수를 참조하여 상기 anchor 연결된 페이지의 출현 빈도수를 결정할 수 있다. 또한, 1차 빈도수 및 2차 빈도수를 참조하여 상기 anchor 연결된 페이지의 출현 빈도수를 결정하기 위해서, 단계(S503)에서 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 1차 빈도수에 상기 2차 빈도수를 곱하여 상기 anchor 연결된 페이지의 출현 빈도수로 결정할 수 있다. 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 1차 빈도수 및 2차 빈도수를 참조하여 출현 빈도수를 결정할 수 있다. 상기 출현 빈도수를 결정함에 있어서, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 1차 빈도수를 상기 출현 빈도수로 결정할 수 있다. 또한, 본 발명의 다른 실시예에 따르면, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 2차 빈도수를 상기 출현 빈도수로 결정할 수 있다.
- <51> 본 발명의 일실시예에 있어서, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 1차 빈도수에 상기 2차 빈도수를 곱하여 상기 anchor 연결된 페이지의 출현 빈도수로 결정할 수 있다. 본 발명의 다른 실시예에 있어서, 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 1차 빈도수에 상기 2차 빈도수를 더하여 상기 anchor 연결된 페이지의 출현 빈도수로 결정할 수 있다. 즉, 본 발명에 따른 상기 키워드 광고 노출 시스템은 상기 1차 빈도수 및 2차 빈도수를 이용하여 상기 출현 빈도수를 결정하는 다양한 실시예를 포함한다.
- <52> 단계(S501) 내지 단계(S503)에 있어서, 상기 anchor 연결된 페이지는 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지에 포함될 수 있다. 좀 더 구체적으로, 도 3에 도시된 단계(S311) 내지 단계(S313) 또는 단계(S322)를 통하여 살펴본 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지에는 상기 1차 빈도수가 측정된 페이지에 anchor 연결된 페이지가 포함될 수 있다는 것을 의미한다.

- <53> 도 6은 본 발명의 일실시예에 있어서, 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 시스템을 도시한 블록도이다. 도 7에 도시된 바와 같이 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 시스템(600)은 입력부(610), 검색부(620) 및 노출부(630)를 포함할 수 있다.
- <54> 입력부(610)는 광고주가 구매한 대표 키워드 이외의 문자열이 추가된 키워드를 포함하는 세부 키워드를 사용자로부터 입력받을 수 있다. 상기 세부 키워드는 상기 광고주가 구매한 대표 키워드의 구성 문자열 전체를 포함할 수 있다.
- <55> 검색부(620)는 상기 입력된 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾을 수 있다. 도7에 도시된 바와 같이 검색부(620)는 선택부(621), 추출부(622) 및 결정부(623)를 포함할 수 있다. 선택부(621)는 상기 입력된 세부 키워드와 연관된 적어도 하나의 대표 키워드를 선택할 수 있다. 선택부(621)는 상기 광고주가 구매한 복수의 대표 키워드 중 상기 세부 키워드의 구성 문자열을 포함하는 적어도 하나의 대표 키워드를 선택하는 대표 키워드 선택부를 포함할 수 있다.
- <56> 추출부(622)는 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출할 수 있으며, 결정부(623)는 상기 추출된 복수의 페이지를 분석하여 상기 최적의 랜딩 페이지를 결정할 수 있다. 노출부(630)는 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 상기 사용자에게 노출할 수 있다.
- <57> 도 7은 본 발명의 일실시예에 있어서, 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 추출부를 도시한 블록도이다. 도 7에 도시된 바와 같이, 추출부(622)는 광고 사이트 판단부(701), 연관관계 추출부(702) 및 복수 페이지 추출부(703)를 포함할 수 있다.
- <58> 광고 사이트 판단부(701)는 상기 대표 키워드를 등록된 광고주의 광고 사이트가 대형 광고 사이트인지 여부를 판단할 수 있다. 연관관계 추출부(702)는 상기 광고 사이트가 대형 광고 사이트인 경우, 데이터베이스 복제를 통하여 상기 대표 키워드와 상기 복수 페이지 각각의 URL사이에 연관관계 정보를 추출할 수 있다. 복수 페이지 추출부(703)는 상기 추출된 연관관계 정보를 참조하여 상기 대표 키워드와 연결된 복수의 페이지를 추출할 수 있다.
- <59> 본 발명의 다른 실시예에 있어서, 복수 페이지 추출부(703)는 상기 광고 사이트가 대형 광고 사이트가 아닌 경우, 웹 로봇에 의해서 페이지를 다운로드 하여 상기 복수의 페이지를 추출할 수 있다.
- <60> 도 8은 본 발명의 일실시예에 있어서, 추출된 복수의 페이지를 분석하여 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 결정부를 도시한 블록도이다. 도 8에 도시된 바와 같이, 결정부(623)은 빈도수 결정부(810) 및 랜딩 페이지 결정부(820)를 포함할 수 있다.
- <61> 빈도수 결정부(810)는 상기 추출된 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 빈도수를 결정할 수 있으며, 도 8에 도시된 바와 같이, 빈도수 결정부(810)는 1차 빈도수 결정부(811), 2차 빈도수 결정부(812) 및 출현 빈도수 결정부(813)를 포함할 수 있다. 1차 빈도수 결정부(811)는 상기 복수의 페이지 각각의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 1차 빈도수로 결정할 수 있다. 2차 빈도수 결정부(812)는 상기 1차 빈도수가 결정된 페이지 각각에 anchor 연결된 페이지의 상기 세부 키워드 출현 횟수를 측정하여 2차 빈도수로 결정할 수 있다.
- <62> 출현 빈도수 결정부(813)는 상기 1차 빈도수 및 2차 빈도수를 참조하여 상기 anchor 연결된 페이지의 출현 빈도수를 결정할 수 있으며, 출현 빈도수 결정부(813)는 상기 1차 빈도수에 상기 2차 빈도수를 곱하여 상기 anchor 연결된 페이지의 출현 빈도수로 결정하는 것을 특징으로 할 수 있다. 본 발명의 다른 실시예에 있어서, 상기 anchor 연결된 페이지는 상기 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지에 포함되는 것을 특징으로 할 수 있다.
- <63> 랜딩 페이지 결정부(820)는 상기 결정된 출현 빈도수에 따라 상기 랜딩 페이지를 결정할 수 있으며, 랜딩 페이지 결정부(820)는 상기 복수의 페이지 각각의 출현 빈도수를 비교하여 상기 출현 빈도수가 최고인 페이지를 상기 랜딩 페이지로 결정하는 비교 판단부를 포함할 수 있다.
- <64> 본 발명에 따른 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법은 다양한 컴퓨터 수단을 통하여 수행될 수 있는 프로그램 명령 형태로 구현되어 컴퓨터 판독 가능 매체에 기록될 수 있다. 상기 컴퓨터 판독 가능 매체는 프로그램 명령, 데이터 파일, 데이터 구조 등을 단독으로 또는 조합하여 포함할 수 있다. 상기 매체에 기록되는 프로그램 명령은 본 발명을 위하여 특별히 설계되고 구성된 것들이거나 컴퓨터 소프트웨어 당업자에게 공지되어 사용 가능한 것일 수도 있다. 컴퓨터 판독 가능 기록 매체의 예에는 하드 디스크, 플로피 디스크 및 자기 테이프와 같은 자기 매체(magnetic media), CD-ROM, DVD와 같은 광기록 매체(optical media), 플롭티컬 디스크(floptical disk)와 같은 자기-광 매체(magneto-optical media), 및 롬(ROM), 램(RAM), 플래시 메모리

등과 같은 프로그램 명령을 저장하고 수행하도록 특별히 구성된 하드웨어 장치가 포함된다. 프로그램 명령의 예에는 컴파일러에 의해 만들어지는 것과 같은 기계어 코드뿐만 아니라 인터프리터 등을 사용해서 컴퓨터에 의해서 실행될 수 있는 고급 언어 코드를 포함한다. 상기된 하드웨어 장치는 본 발명의 동작을 수행하기 위해 하나 이상의 소프트웨어 모듈로서 작동하도록 구성될 수 있으며, 그 역도 마찬가지이다.

<65> 이상과 같이 본 발명은 비록 한정된 실시예와 도면에 의해 설명되었으나, 본 발명은 상기의 실시예에 한정되는 것은 아니며, 본 발명이 속하는 분야에서 통상의 지식을 가진 자라면 이러한 기재로부터 다양한 수정 및 변형이 가능하다.

<66> 그러므로, 본 발명의 범위는 설명된 실시예에 국한되어 정해져서는 아니되며, 후술하는 특허청구범위뿐 아니라 이 특허청구범위와 균등한 것들에 의해 정해져야 한다.

**발명의 효과**

<67> 본 발명에 따른 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법 및 시스템에 의하여, 광고주가 구매한 대표 키워드 이외의 문자열이 추가된 키워드를 포함하는 세부 키워드를 사용자로부터 입력받고, 상기 입력된 세부 키워드에 따른 최적의 랜딩 페이지를 동적으로 찾아, 상기 최적의 랜딩 페이지의 페이지 정보를 상기 사용자에게 노출함으로써, 상기 광고주가 구매한 대표 키워드와 연관된 광고 링크 안의 세부 페이지의 내용을 동적으로 찾아서, 실제로 상기 세부 키워드와 관련된 광고를 바로 노출시켜 사용자 만족과 추가 수익을 창조하고, 광고주의 효율적인 광고 활동을 뒷받침할 수 있는 효과를 가져올 수 있다.

**도면의 간단한 설명**

<1> 도 1은 본 발명의 일실시예에 있어서, 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법 및 시스템의 개괄적인 모습을 도시한 도면이다.

<2> 도 2는 본 발명의 일실시예에 있어서, 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 방법을 도시한 흐름도이다.

<3> 도 3은 본 발명의 일실시예에 있어서, 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 단계를 도시한 흐름도이다.

<4> 도 4는 본 발명의 일실시예에 있어서, 추출된 복수의 페이지를 분석하여 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 단계를 도시한 흐름도이다.

<5> 도 5는 본 발명의 일실시예에 있어서, 추출된 복수의 페이지 각각의 세부 키워드 출현 빈도수를 결정하는 단계를 도시한 흐름도이다.

<6> 도 6은 본 발명의 일실시예에 있어서, 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 시스템을 도시한 블록도이다.

<7> 도 7은 본 발명의 일실시예에 있어서, 대표 키워드와 연관된 복수의 페이지를 추출하는 추출부를 도시한 블록도이다.

<8> 도 8은 본 발명의 일실시예에 있어서, 추출된 복수의 페이지를 분석하여 최적의 랜딩 페이지를 결정하는 결정부를 도시한 블록도이다.

<9> <도면의 주요 부분에 대한 부호의 설명>

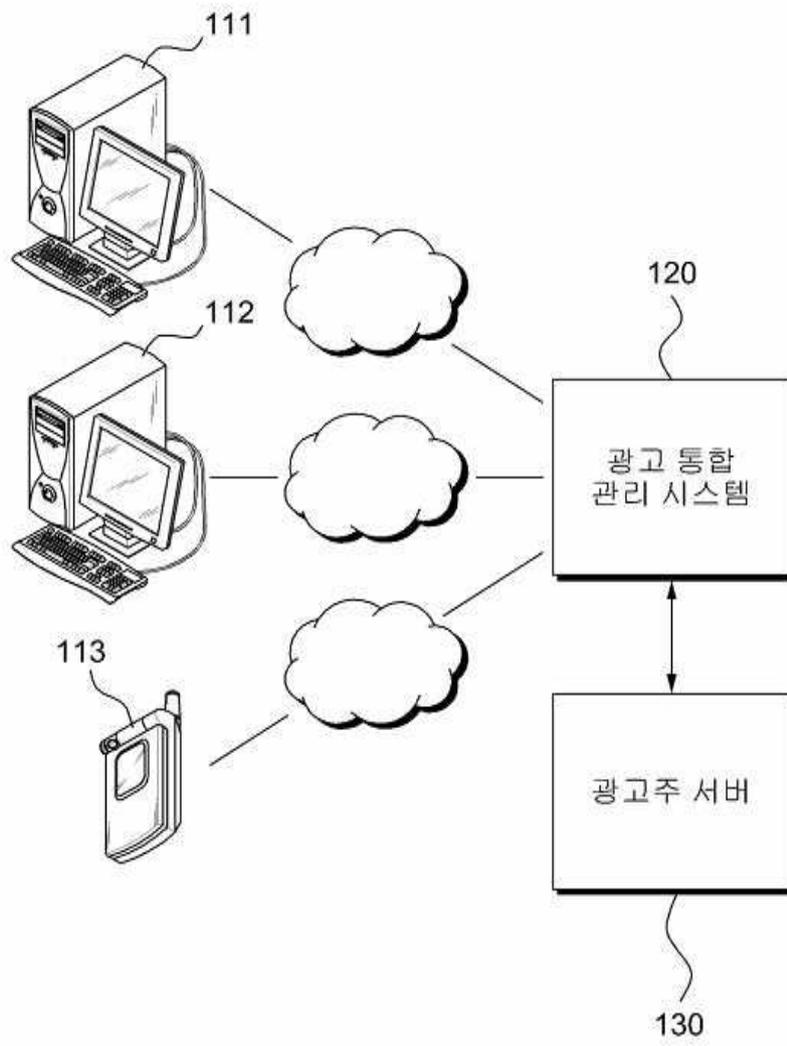
<10> 600: 최적의 랜딩 페이지 검색을 통한 키워드 광고 노출 시스템

<11> 622: 추출부

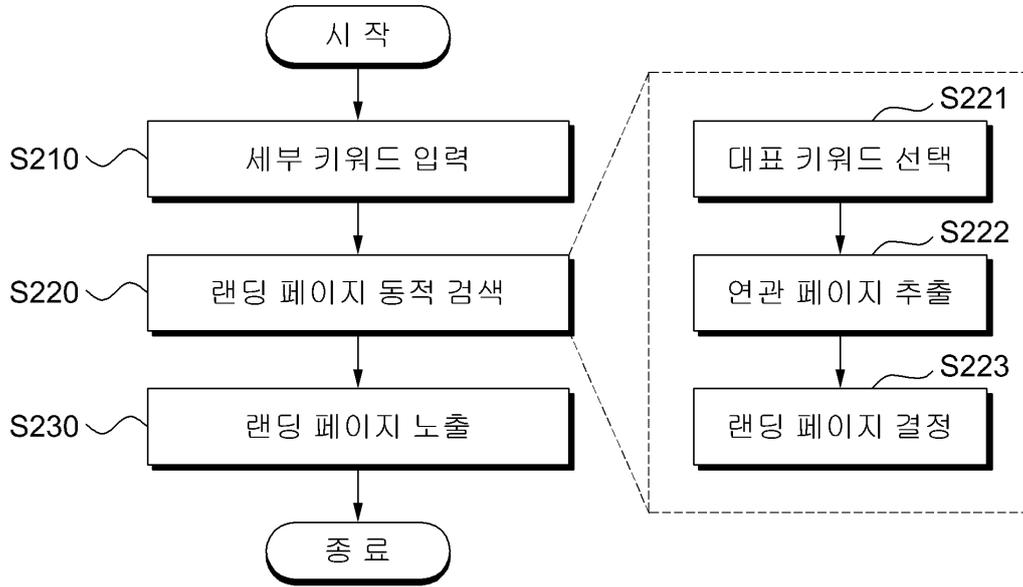
<12> 623: 결정부

도면

도면1

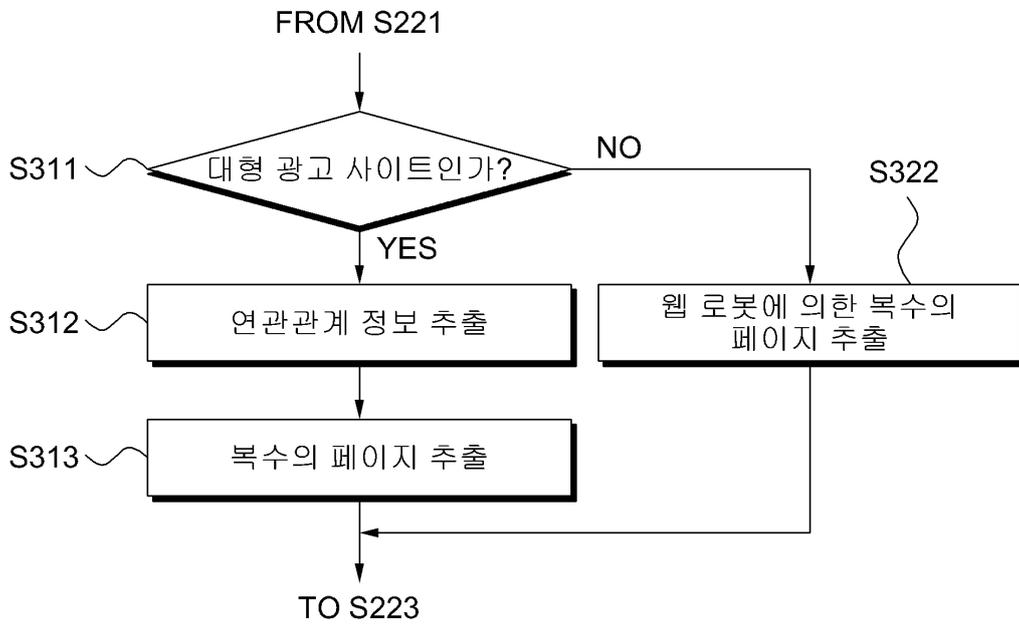


도면2



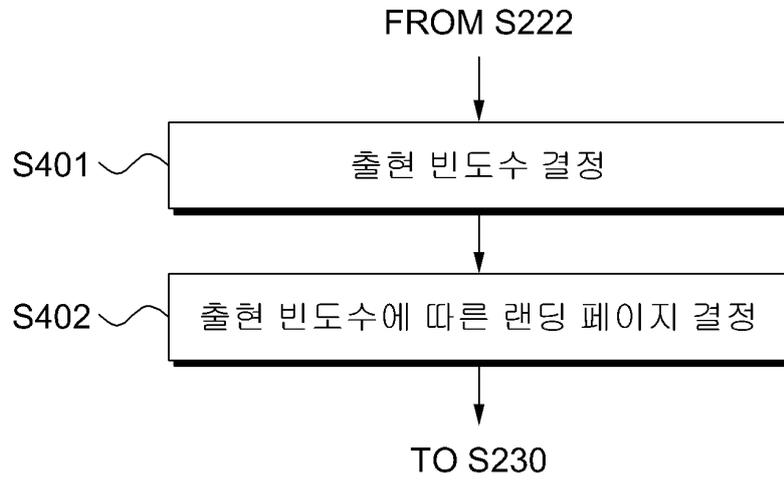
도면3

S222



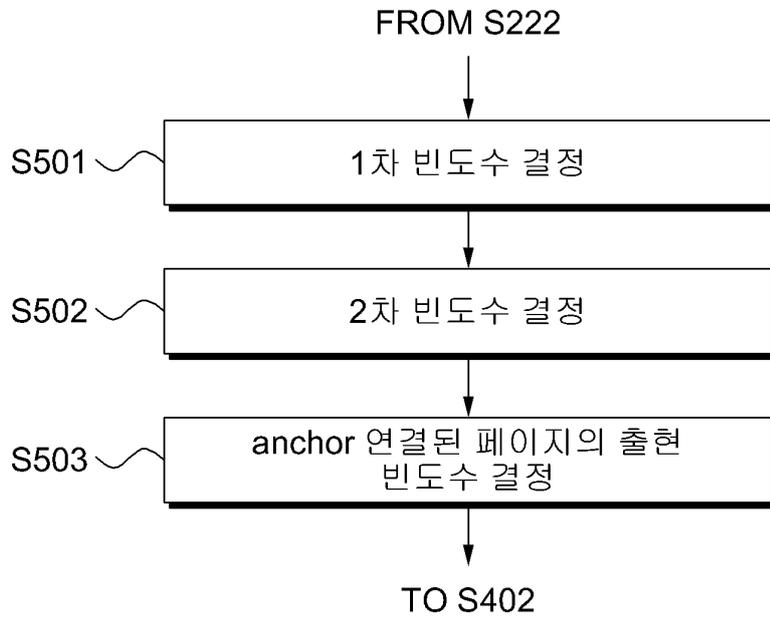
도면4

S223

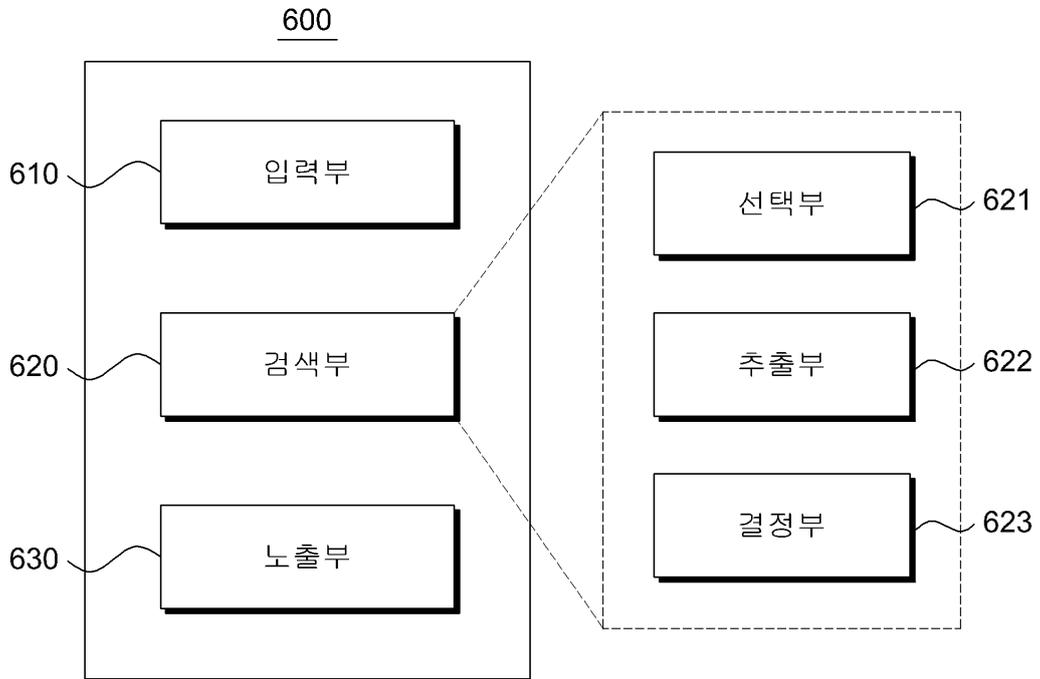


도면5

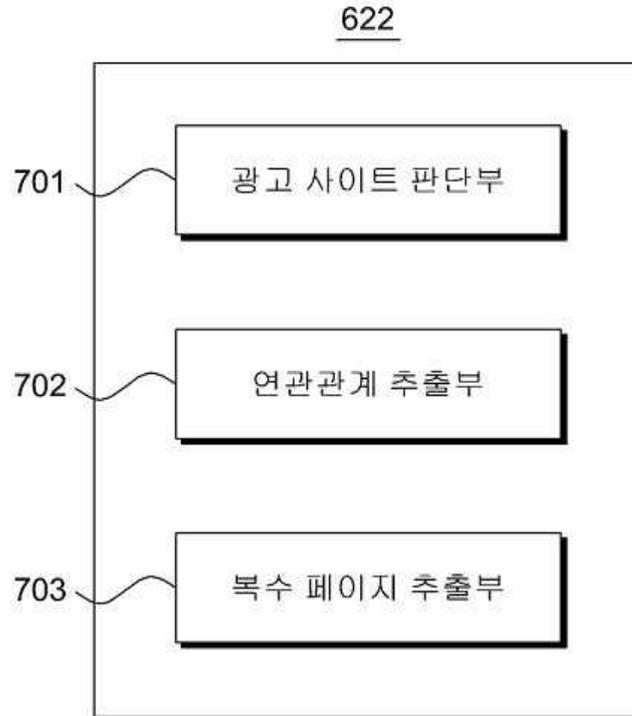
S401



도면6



도면7



도면8

