



(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 등록특허공보(B1)

(45) 공고일자 2010년12월15일
(11) 등록번호 10-1001803
(24) 등록일자 2010년12월09일

(51) Int. Cl.

G06Q 30/00 (2006.01)

(21) 출원번호 10-2008-0108837

(22) 출원일자 2008년11월04일

심사청구일자 2008년11월04일

(65) 공개번호 10-2010-0049834

(43) 공개일자 2010년05월13일

(56) 선행기술조사문헌

KR1020070038753 A*

KR1020070091453 A*

*는 심사관에 의하여 인용된 문헌

(73) 특허권자

엔에이치엔비즈니스플랫폼 주식회사

경기 성남시 분당구 서현동 266-1 퍼스트타워 9층

(72) 발명자

이충희

서울시 강남구 역삼2동 역삼래미안아파트 111동 1504호

이준구

대전시 서구 관저동 누리울아파트 1112동 1302호

(뒷면에 계속)

(74) 대리인

특허법인무한

전체 청구항 수 : 총 22 항

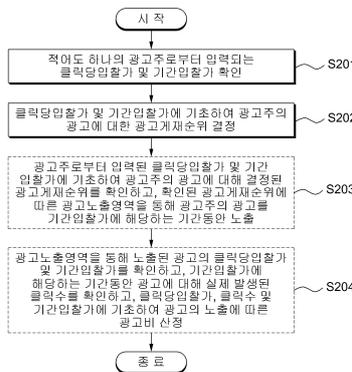
심사관 : 홍기완

(54) 클릭이나 노출에 따른 입찰가 및 기간에 따른 입찰가를 이용한 경매 방법 및 시스템, 광고 제공 방법 및 시스템 그리고 과금 방법 및 시스템

(57) 요약

클릭이나 노출에 따른 입찰가 및 기간에 따른 입찰가를 이용한 경매 방법 및 시스템, 광고 제공 방법 및 시스템 그리고 과금 방법 및 시스템을 개시한다. 광고 제공 방법은 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대해 결정된 광고계재순위를 확인하는 단계 및 상기 확인된 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 상기 광고주의 광고를 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출하는 단계를 포함하고, 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가), 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정된다.

대표도 - 도2



(72) 발명자

백영란

서울시 광진구 광장동 위커희아파트 53동 604호

양주영

서울시 송파구 잠실동 232-11 205호

한재현

서울시 용산구 이촌1동 한가람아파트 217동 602호

남충현

서울시 중구 신당3동 남산타운아파트 27동 201호

특허청구의 범위

청구항 1

광고 제공 시스템이 수행하는 광고 제공 방법에 있어서,

상기 광고 제공 시스템의 광고계재순위 확인부가 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대해 결정된 광고계재순위를 확인하는 단계; 및

상기 광고 제공 시스템의 광고 노출부가 상기 확인된 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 상기 광고주의 광고를 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출하는 단계

를 포함하고,

상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)에 기초하여 결정되는 클릭종량요금(또는 노출종량요금), 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정되는, 광고 제공 방법.

청구항 2

제1항에 있어서,

상기 광고계재순위는 하나의 웹페이지에 포함된 복수의 광고노출영역 중 어느 광고노출영역을 통해 광고가 노출되는가에 대한 정보로서, 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간입찰가가 높을수록 상기 웹페이지의 보다 상단에 위치한 광고노출영역을 통해 상기 광고가 노출되도록 결정되는, 광고 제공 방법.

청구항 3

제1항에 있어서,

상기 광고비는 상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치를 더 이용하여 계산되는, 광고 제공 방법.

청구항 4

제3항에 있어서,

상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금(또는 상기 노출종량요금)을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함하는, 광고 제공 방법.

청구항 5

경매 시스템이 수행하는 경매 방법에 있어서,

상기 경매 시스템의 입찰가 확인부가 적어도 하나의 광고주로부터 입력되는 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 확인하는 단계; 및

상기 경매 시스템의 광고계재순위 결정부가 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대한 광고계재순위를 결정하는 단계

를 포함하고,

상기 광고는 상기 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 노출되고,

상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)에 기초하여 결정되는 클릭종량요금(또는 노출종량요금), 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정되는, 경매 방법.

청구항 6

제5항에 있어서,

상기 광고는 상기 광고노출영역을 통해 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출되고,

상기 광고계재순위를 결정하는 단계는,

동일한 기간 및 동일한 클릭수(또는 노출수)에 대해 더 높은 광고비를 발생시키는 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 제시한 광고주의 광고가 웹사이트의 보다 상단에 위한 광고노출영역을 통해 노출되도록 상기 광고계재순위를 결정하는 단계

를 포함하는, 경매 방법.

청구항 7

제5항에 있어서,

상기 광고비는 상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치를 더 이용하여 계산되는, 경매 방법.

청구항 8

제7항에 있어서,

상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금(또는 상기 노출종량요금)을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함하는, 경매 방법.

청구항 9

과금 시스템이 수행하는 과금 방법에 있어서,

상기 과금 시스템의 입찰가 확인부가 광고노출영역을 통해 노출된 광고의 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 확인하는 단계;

상기 과금 시스템의 클릭수(또는 노출수) 확인부가 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생된 클릭수(또는 노출수)를 확인하는 단계; 및

상기 과금 시스템의 광고비 산정부가 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)에 기초하여 결정되는 클릭종량요금(또는 노출종량요금), 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비를 산정하는 단계

를 포함하는 과금 방법.

청구항 10

제9항에 있어서,

상기 광고는 복수의 광고노출영역 중 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 결정된 광고계재순위에 해당하는 광고노출영역을 통해 노출되고,

상기 광고계재순위는 동일한 기간 및 동일한 클릭수(또는 노출수)에 대해 더 높은 광고비를 발생시키는 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 제시한 광고주의 광고가 웹사이트의 보다 상단에 위한 광고노출영역을 통해 노출되도록 결정되는, 과금 방법.

청구항 11

제9항에 있어서,

상기 광고비를 산정하는 단계는,

상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치를 더 이용하여 상기 광고비를 계산하는, 과금 방법.

청구항 12

제11항에 있어서,

상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금(또는 상기 노출종량요금)을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함하는, 과금 방법.

청구항 13

제1항 내지 제12항 중 어느 한 항의 방법을 수행하는 프로그램을 기록한 컴퓨터 판독 가능 기록 매체.

청구항 14

광고주로부터 입력된 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대해 결정된 광고계재순위를 확인하는 광고계재순위 확인부; 및

상기 확인된 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 상기 광고주의 광고를 상기 기간입찰가에 해당하는 기간 동안 노출하는 광고 노출부

를 포함하고,

상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)에 기초하여 결정되는 클릭종량요금(또는 노출종량요금), 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정되는, 광고 제공 시스템.

청구항 15

제14항에 있어서,

상기 광고계재순위는 하나의 웹페이지에 포함된 복수의 광고노출영역 중 어느 광고노출영역을 통해 광고가 노출되는가에 대한 정보로서, 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간입찰가가 높을수록 상기 웹페이지의 보다 상단에 위치한 광고노출영역을 통해 상기 광고가 노출되도록 결정되는, 광고 제공 시스템.

청구항 16

제14항에 있어서,

상기 광고비는 상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치를 더 이용하여 계산되는, 광고 제공 시스템.

청구항 17

적어도 하나의 광고주로부터 입력되는 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 확인하는 입찰가 확인부; 및

상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대한 광고계재순위를 결정하는 광고계재순위 결정부

를 포함하고,

상기 광고는 상기 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 노출되고,

상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)에 기초하여 결정되는 클릭종량요금(또는 노출종량요금), 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정되는, 경매 시스템.

청구항 18

제17항에 있어서,

상기 광고는 상기 광고노출영역을 통해 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출되고,

상기 광고계재순위 결정부는,

동일한 기간 및 동일한 클릭수(또는 노출수)에 대해 더 높은 광고비를 발생시키는 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 제시한 광고주의 광고가 웹페이지의 보다 상단에 위한 광고노출영역을 통해 노출되도록 상기 광고계재순위를 결정하는, 경매 시스템.

청구항 19

제17항에 있어서,

상기 광고비는 상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치를 더 이용하여 계산되는, 경매 시스템.

청구항 20

광고노출영역을 통해 노출된 광고의 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 확인하는 입찰가 확인부;

상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생된 클릭수(또는 노출수)를 확인하는 클릭수(또는 노출수) 확인부; 및

상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)에 기초하여 결정되는 클릭종량요금(또는 노출종량요금), 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비를 산정하는 광고비 산정부

를 포함하는 과금 시스템.

청구항 21

제20항에 있어서,

상기 광고는 복수의 광고노출영역 중 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 결정된 광고계재순위에 해당하는 광고노출영역을 통해 노출되고,

상기 광고계재순위는 동일한 기간 및 동일한 클릭수(또는 노출수)에 대해 더 높은 광고비를 발생시키는 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 제시한 광고주의 광고가 웹페이지의 보다 상단에 위한 광고노출영역을 통해 노출되도록 결정되는, 과금 시스템.

청구항 22

제20항에 있어서,

상기 광고비 산정부는,

상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치를 더 이용하여 상기 광고비를 계산하는, 과금 시스템.

명세서

발명의 상세한 설명

기술분야

[0001] 본 발명에 따른 실시예들은 클릭이나 노출에 따른 입찰가 및 기간에 따른 입찰가를 이용한 경매 방법 및 시스템, 광고 제공 방법 및 시스템 그리고 과금 방법 및 시스템에 관한 것이다.

배경기술

[0002] 인터넷 광고는 인터넷을 이용한 광고로서 인터넷이라는 매체의 장점을 활용한 광고를 통해, 기업은 적은 비용으로 많은 소비자를 만날 수 있으며, 고객의 반응도 바로 파악할 수 있다. 일례로, 키워드광고(keyword advertising)는 검색 사이트에서 검색어를 입력하면 검색 결과가 나오는 화면에 관련업체의 광고가 노출되도록 하는 광고 기법을 말한다. 만약, 사용자가 '이사'와 관련된 검색어를 입력하면 그 검색 결과로서 '포장이사', '이삿짐센터' 등 이사와 관련된 광고를 노출시킬 수 있다. 즉, 특정 제품이나 관심을 가진 사람에게 광고가 노출됨으로써, 보다 높은 광고 효과를 얻을 수 있다. 본 명세서에서는 이러한 인터넷 광고에 대해 보다 효율적/효과적으로 경매, 광고 제공 및 과금을 수행하는 방법 및 시스템을 제안한다.

발명의 내용

해결하고자하는 과제

[0003] 본 발명은 광고주들로부터 입력된 광고의 게재 위치를 일정 기간동안 보장받기 위한 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가에 기초하여 광고계재순위를 결정하는 경매 방법 및 시스템을 제공한다.

[0004] 본 발명은 웹페이지에 포함된 복수의 광고노출영역 중 상기 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가에 기초하여 결정된 광고계재순위에 해당하는 광고노출영역을 통해 해당 광고주의 광고를 노출하는 광고 제공 방법 및 시스템을 제공한다.

[0005] 본 발명은 상기 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가), 상기 기간입찰가 그리고 상기 기간입찰가에 따른 기간동안 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)에 기초하여 광고비를 산정하는 과금 방법 및 시스템을 제공한다.

과제 해결수단

[0006] 본 발명의 일실시예에 따른 광고 제공 방법은 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대해 결정된 광고계재순위를 확인하는 단계 및 상기 확인된 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 상기 광고주의 광고를 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출하는 단계를 포함하고, 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가), 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정된다.

[0007] 본 발명의 일측면에 따르면, 상기 광고계재순위는 하나의 웹페이지에 포함된 복수의 광고노출영역 중 어느 광고노출영역을 통해 광고가 노출되는가에 대한 정보로서, 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간입찰가가 높을수록 상기 웹페이지의 보다 상단에 위치한 광고노출영역을 통해 상기 광고가 노출되도록 결정될 수 있다.

[0008] 본 발명의 일측면에 따르면, 상기 광고비는 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 클릭수(또는 상기 노출수)에 기초하여 결정되는 클릭종량요금(또는 노출종량요금), 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 및 상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치에 기초하여 계산될 수 있다. 이때, 상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금(또는 상기 노출종량요금)을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함할 수 있다.

[0009] 본 발명의 일실시예에 따른 광고 제공 시스템은 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대해 결정된 광고계재순위를 확인하는 광고계재순위 확인부 및 상기 확인된 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 상기 광고주의 광고를 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출하는 광고 노출부를 포함하고, 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가), 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정된다.

[0010] 본 발명의 일실시예에 따른 경매 방법은 적어도 하나의 광고주로부터 입력되는 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 확인하는 단계 및 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대한 광고계재순위를 결정하는 단계를 포함하고, 상기 광고는 상기 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 노출되고, 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가), 상기 기간입찰가 및 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정된다.

[0011] 본 발명의 일실시예에 따른 경매 시스템은 적어도 하나의 광고주로부터 입력되는 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 확인하는 입찰가 확인부 및 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대한 광고계재순위를 결정하는 광고계재순위 결정부를 포함하고, 상기 광고는 상기 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 노출되고, 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가), 상기 기간입찰가 및 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정된다.

[0012] 본 발명의 일실시예에 따른 과금 방법은 광고노출영역을 통해 노출된 광고의 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 확인하는 단계, 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)를 확인하는 단계 및 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가), 상기 클릭수(또는 상기 노출수) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비를 산정하는 단계를 포함한다.

[0013] 본 발명의 일실시예에 따른 과금 시스템은 광고노출영역을 통해 노출된 광고의 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가) 및 기간입찰가를 확인하는 입찰가 확인부, 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수(또는 노출수)를 확인하는 클릭수(또는 노출수) 확인부 및 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가), 상기 클릭수(또는 상기 노출수) 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고

비를 산정하는 광고비 산정부를 포함한다.

효 과

- [0014] 본 발명에 따르면, 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가)와 기간입찰가를 이용한 경매를 통해 광고계재순위를 결정하고, 상기 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 광고를 노출함에 따른 광고비를 상기 클릭당입찰가(또는 노출당입찰가)뿐만 아니라 기간입찰가를 모두 이용하여 산정함으로써, 클릭수(또는 노출수)의 유동성에 따라 발생할 수 있는 광고비의 불확실성을 줄일 수 있다.
- [0015] 본 발명에 따르면, 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 및 상기 클릭당입찰가(또는 상기 노출당입찰가) 및 상기 클릭수(또는 상기 노출수)에 기초하여 결정되는 클릭종량요금(또는 노출종량요금)간의 비율을 조절함으로써, 광고주의 요구에 맞는 다양한 과금 정책을 구현할 수 있다.

발명의 실시를 위한 구체적인 내용

- [0016] 이하 첨부된 도면을 참조하여 본 발명에 따른 다양한 실시예를 상세히 설명하기로 한다.
- [0017] 도 1은 본 발명의 일실시예에 따른 경매 시스템, 광고 제공 시스템 및 과금 시스템에 따른 개괄적인 모습을 도시한 도면이다. 우선, 본 실시예들에 따른 경매 시스템(101), 광고 제공 시스템(102) 및 과금 시스템(103)은 각각 개별적 시스템으로, 또는 세 개의 시스템 중 두 개의 시스템 이상이 결합된 형태의 시스템으로 존재할 수 있다. 예를 들어, 경매 시스템(101), 광고 제공 시스템(102) 및 과금 시스템(103)이 모두 하나의 시스템에 포함된 형태를 가질 수도 있고, 경매 시스템(101)만이 개별적으로 분리되어 광고 제공 시스템(102) 및 과금 시스템(103)을 포함하는 시스템과 연계될 수도 있다.
- [0018] 경매 시스템(101)은 광고주 페이지와 광고에 대한 경매를 진행하기 위해 존재하는 경매 페이지(120)를 통해 광고주로부터 클릭에 따른 입찰가인 클릭당입찰가 및 기간에 따른 입찰가인 기간입찰가를 수신하고, 상기 클릭당입찰가 및 상기 기간입찰가를 모두 이용하여 광고계재순위를 결정할 수 있다.
- [0019] 광고 제공 시스템(102)은 경매 시스템(101)을 통해 결정된 광고계재순위에 해당하는 광고노출영역을 통해 해당 광고를 노출할 수 있다. 예를 들어, 광고 제공 시스템(102)은 임의의 웹페이지(130)의 광고영역(131)에 포함된 복수의 광고노출영역 중 광고계재순위 제5위에 따른 5번째 광고노출영역(132)을 통해 해당 광고를 노출할 수 있다. 이때, 광고 제공 시스템(102)은 상기 광고에 해당하는 문서로의 링크를 5번째 광고노출영역(132)에 설정하고, 웹페이지(130)를 브라우저하는 사용자에 의해 상기 링크에 대해 발생하는 이벤트에 따라 상기 문서를 사용자에게 제공함으로써, 상기 광고를 노출할 수 있다.
- [0020] 과금 시스템(103)은 상기 광고의 노출에 따른 광고비를 산정할 수 있다. 이때, 과금 시스템(103)은 상기 클릭당입찰가와 기간입찰가를 모두 이용하여 상기 광고비를 산정함으로써, 클릭수의 유동성에 따라 발생할 수 있는 불확실성을 줄일 수 있고, 동시에 광고 효과에 따라 광고비를 산정할 수 있다.
- [0021] 도 2는 본 발명의 일실시예에 있어서, 경매 방법을 도시한 흐름도이다. 본 실시예에 따른 경매 방법은 도 1을 통해 설명한 경매 시스템(101)을 통해 수행될 수 있다. 도 2에서는 경매 시스템(101)에 의해 각각의 단계가 수행되는 과정을 설명함으로써, 상기 경매 방법을 설명한다.
- [0022] 단계(S201)에서 경매 시스템(101)은 적어도 하나의 광고주로부터 입력되는 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 확인한다. 여기서, 상기 클릭당입찰가와 기간입찰가는 광고가 게재되는 위치에 대한 경매에서 상기 위치를 일정 기간동안 보장받기 위해 상기 광고주로부터 입력된 입찰가로서 상기 클릭당입찰가와 상기 기간입찰가 모두에 기초하여 상기 위치에 대한 상기 광고주의 낙찰 여부가 결정될 수 있다.
- [0023] 단계(S202)에서 경매 시스템(101)은 상기 클릭당입찰가 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대한 광고계재순위를 결정한다. 이때, 상기 광고계재순위는 하나의 웹페이지에 포함된 복수의 광고노출영역 중 어느 광고노출영역을 통해 광고가 노출되는가에 대한 정보를 의미할 수 있고, 상기 광고는 상기 광고노출영역을 통해 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출될 수 있다. 이 경우, 경매 시스템(101)은 동일한 기간 및 동일한 클릭수에 대해 더 높은 광고비를 발생시키는 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 제시한 광고주의 광고가 웹페이지의 보다 상단에 위한 광고노출영역을 통해 노출되도록 상기 광고계재순위를 결정할 수 있다.
- [0024] 예를 들어, 경매 시스템(101)은 상기 확인된 클릭당입찰가들에 대해 동일한 클릭수를 적용하여 계산한 클릭종량요금 및 상기 확인된 기간입찰가들에 대해 동일한 기간에 따라 확인된 기간정액요금간의 합을 최종 입찰가로 하여 가장 큰 최종 입찰가를 제시한 광고주의 광고가 가장 높은 광고계재순위를 갖도록 결정할 수 있고, 가장 높

은 광고계제순위의 광고는 상기 웹페이지의 가장 상단에 위치한 광고노출영역을 통해 노출될 수 있다. 이러한 상기 최종 입찰가의 낙찰에는 가능한 모든 경매 형태 중 적어도 하나의 경매 형태가 이용될 수 있다.

- [0025] 또한, 상기 광고에 대해 광고계제순위가 결정되면, 상기 광고계제순위에 해당하는 광고노출영역을 통해 상기 광고가 노출될 수 있고, 상기 클릭당입찰가, 상기 기간입찰가 및 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정될 수 있다. 즉, 상기 클릭당입찰가와 기간입찰가를 모두 이용하여 상기 광고비를 산정함으로써, 클릭수의 유동성에 따라 발생할 수 있는 불확실성을 줄일 수 있고, 동시에 광고 효과에 따라 광고비를 산정할 수 있다.
- [0026] 또한, 상기 광고비는 상기 클릭당입찰가 및 상기 클릭수에 기초하여 결정되는 클릭종량요금, 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 및 상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치에 기초하여 계산될 수 있다. 여기서, 상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함할 수 있다. 즉, 상기 기간정액요금 및 상기 클릭종량요금간의 비율에 따라 상기 광고비가 산정됨으로써, 광고주의 요구에 맞는 다양한 과금 정책이 구현될 수 있다. 예를 들어, 상기 기간정액요금에 대한 요금별 가중치 및 상기 클릭종량요금에 대한 요금별 가중치를 광고주의 요구에 따라 운영자 시스템에서 결정하여 전체 광고비에서 기간정액요금과 클릭종량요금이 차지하는 비중을 조절함으로써, 일정 기간동안 미리 결정되는 요금의 비중을 높이고 싶은 광고주와 클릭수 즉, 광고의 효과에 따른 요금의 비중을 높이고 싶은 광고주 모두의 요구에 맞는 광고비 산정이 가능해진다. 여기서, 상기 운영자 시스템은 경매 시스템(101), 광고 제공 시스템(102) 및 과금 시스템(103) 중 적어도 하나의 시스템 또는 3개의 시스템 중 둘 이상을 포함하는 시스템을 의미할 수 있다.
- [0027] 이때, 상기 광고의 노출 및 상기 광고비의 산정은 도 1을 통해 설명한 광고 제공 시스템(102) 및 과금 시스템(103)에 의해 수행될 수 있다. 즉, 도 2에서 점선박스로 표시된 단계(S203) 및 단계(S204)는 상기 광고계제순위가 결정된 후 수행 가능한 단계들로서 각각 광고 제공 시스템(102) 및 과금 시스템(103)에 의해 수행될 수 있다.
- [0028] 단계(S203)에서 광고 제공 시스템(102)은 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가 및 기간입찰가에 기초하여 광고주의 광고에 대해 결정된 광고계제순위를 확인하고, 확인된 광고계제순위에 따른 광고노출영역을 통해 광고주의 광고를 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출한다.
- [0029] 단계(S204)에서 과금 시스템(103)은 광고노출영역을 통해 노출된 광고의 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 확인하고, 기간입찰가에 해당하는 기간동안 광고에 대해 실제 발생된 클릭수를 확인하고, 클릭당입찰가, 클릭수 및 기간입찰가에 기초하여 광고의 노출에 따른 광고비를 산정한다.
- [0030] 단계(S203) 및 단계(S204)와 같은 광고 제공 방법 및 과금 방법은 이후 도 4 및 도 6을 통해 더욱 자세히 설명한다.
- [0031] 도 3은 본 발명의 일실시예에 있어서, 경매 시스템의 내부 구성을 설명하기 위한 블록도이다. 본 실시예에 따른 경매 시스템(101)은 도 3에 도시된 바와 같이 입찰가 확인부(301) 및 광고계제순위 결정부(302)를 포함한다.
- [0032] 입찰가 확인부(301)는 적어도 하나의 광고주로부터 입력되는 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 확인한다. 여기서, 상기 클릭당입찰가와 기간입찰가는 광고가 게재되는 위치에 대한 경매에서 상기 위치를 일정 기간동안 보장받기 위해 상기 광고주로부터 입력된 입찰가로서 상기 클릭당입찰가와 상기 기간입찰가 모두에 기초하여 상기 위치에 대한 상기 광고주의 낙찰 여부가 결정될 수 있다.
- [0033] 광고계제순위 결정부(302)는 상기 클릭당입찰가 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대한 광고계제순위를 결정한다. 이때, 상기 광고계제순위는 하나의 웹페이지에 포함된 복수의 광고노출영역 중 어느 광고노출영역을 통해 광고가 노출되는가에 대한 정보를 의미할 수 있고, 상기 광고는 상기 광고노출영역을 통해 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출될 수 있다. 이 경우, 광고계제순위 결정부(302)는 동일한 기간 및 동일한 클릭수에 대해 더 높은 광고비를 발생시키는 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 제시한 광고주의 광고가 웹페이지의 보다 상단에 위치한 광고노출영역을 통해 노출되도록 상기 광고계제순위를 결정할 수 있다.
- [0034] 예를 들어, 광고계제순위 결정부(302)는 상기 확인된 클릭당입찰가들에 대해 동일한 클릭수를 적용하여 계산한 클릭종량요금 및 상기 확인된 기간입찰가들에 대해 동일한 기간에 따라 확인된 기간정액요금간의 합을 최종 입찰가로 하여 가장 큰 최종 입찰가를 제시한 광고주의 광고가 가장 높은 광고계제순위를 갖도록 결정할 수 있고, 가장 높은 광고계제순위의 광고는 상기 웹페이지의 가장 상단에 위치한 광고노출영역을 통해 노출될 수 있다.

이러한 상기 최종 입찰가의 낙찰에는 가능한 모든 경매 형태 중 적어도 하나의 경매 형태가 이용될 수 있다.

- [0035] 또한, 상기 광고에 대해 광고계재순위가 결정되면, 상기 광고계재순위에 해당하는 광고노출영역을 통해 상기 광고가 노출될 수 있고, 상기 클릭당입찰가, 상기 기간입찰가 및 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비가 산정될 수 있다. 즉, 상기 클릭당입찰가와 기간입찰가를 모두 이용하여 상기 광고비를 산정함으로써, 클릭수의 유동성에 따라 발생할 수 있는 불확실성을 줄일 수 있고, 동시에 광고 효과에 따라 광고비를 산정할 수 있다.
- [0036] 또한, 상기 광고비는 상기 클릭당입찰가 및 상기 클릭수에 기초하여 결정되는 클릭종량요금, 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 및 상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치에 기초하여 계산될 수 있다. 여기서, 상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함할 수 있다. 즉, 상기 기간정액요금 및 상기 클릭종량요금간의 비율에 따라 상기 광고비가 산정됨으로써, 광고주의 요구에 맞는 다양한 과금 정책이 구현될 수 있다. 예를 들어, 상기 기간정액요금에 대한 요금별 가중치 및 상기 클릭종량요금에 대한 요금별 가중치를 광고주의 요구에 따라 운영자 시스템에서 결정하여 전체 광고비에서 기간정액요금과 클릭종량요금이 차지하는 비중을 조절함으로써, 일정 기간동안 미리 결정되는 요금의 비중을 높이고 싶은 광고주와 클릭수 즉, 광고의 효과에 따른 요금의 비중을 높이고 싶은 광고주 모두의 요구에 맞는 광고비 산정이 가능해진다. 여기서, 상기 운영자 시스템은 경매 시스템(101), 광고 제공 시스템(102) 및 과금 시스템(103) 중 적어도 하나의 시스템 또는 3개의 시스템 중 둘 이상을 포함하는 시스템을 의미할 수 있다.
- [0037] 도 4는 본 발명의 일실시예에 있어서, 광고 제공 방법을 도시한 흐름도이다. 본 실시예에 따른 광고 제공 방법은 도 1을 통해 설명한 광고 제공 시스템(102)에 의해 수행될 수 있다. 도 4는 광고 제공 시스템(102)을 통해 각각의 단계가 수행되는 과정을 설명함으로써, 상기 광고 제공 방법을 설명한다.
- [0038] 단계(S401)은 도 2를 통해 설명한 경매 방법을 개략적으로 설명하는 부분으로 도 1을 통해 설명한 경매 시스템(101)을 통해 수행될 수 있다. 즉, 단계(S401)에서 경매 시스템(101)은 적어도 하나의 광고주로부터 입력되는 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 확인하고, 클릭당입찰가 및 기간입찰가에 기초하여 광고주의 광고에 대한 광고계재순위를 결정한다. 상기 광고계재순위의 결정에 대해서는 도 2를 통해 자세히 설명하였기에 추가적인 설명은 생략한다.
- [0039] 단계(S402)에서 광고 제공 시스템(102)은 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가 및 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대해 결정된 광고계재순위를 확인한다. 이때, 상술한 바와 같이 상기 광고계재순위는 하나의 웹페이지에 포함된 복수의 광고노출영역 중 어느 광고노출영역을 통해 광고가 노출되는가에 대한 정보로서, 상기 클릭당입찰가 및 상기 기간입찰가가 높을수록 상기 웹페이지의 보다 상단에 위치한 광고노출영역을 통해 상기 광고가 노출되도록 단계(S401)에서 경매 시스템(101)을 통해 결정될 수 있고, 광고 제공 시스템(102)은 상기 결정된 광고계재순위를 확인할 수 있다.
- [0040] 단계(S403)에서 광고 제공 시스템(102)은 상기 확인된 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 상기 광고주의 광고를 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출한다. 예를 들어, 광고 제공 시스템(102)은 제1 순위 내지 제5 순위에 따라 각각 제1 광고노출영역 내지 제5 광고노출영역이 대응된 정보를 포함할 수 있고, 해당 광고의 광고계재순위가 제3 순위인 경우 제3 순위에 대응된 제3 광고노출영역을 통해 상기 광고를 노출시킬 수 있다. 상기 광고의 노출은 상술한 바와 같이 상기 웹페이지의 해당 광고노출영역에 상기 광고에 해당하는 문서로의 링크를 설정하고, 상기 웹페이지를 브라우징하는 사용자에게 의해 상기 링크에 대한 이벤트를 발생하는 경우, 상기 문서를 제공함으로써 수행될 수 있다.
- [0041] 또한, 상기 광고의 노출에 따른 광고비는 상기 클릭당입찰가, 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수 및 상기 기간입찰가에 기초하여 산정된다.
- [0042] 즉, 상기 클릭당입찰가와 기간입찰가를 모두 이용하여 상기 광고비를 산정함으로써, 클릭수의 유동성에 따라 발생할 수 있는 불확실성을 줄일 수 있고, 동시에 광고 효과에 따라 광고비를 산정할 수 있다. 예를 들어, 광고 노출영역에 따라 상기 기간동안의 클릭수를 예측만 가능할 뿐이어서 실제 발생하는 클릭수가 예상과 크게 다른 경우, 광고주는 예상보다 매우 많은 광고비를 지불해야 하는 경우가 발생할 수 있다. 즉, 상기 클릭당입찰가, 상기 클릭수 및 기간입찰가를 통해 상기 광고비가 산정됨으로써, 클릭수의 유동성에 따른 불확실성을 줄일 수 있다.
- [0043] 이를 위해, 상기 광고비는 상기 클릭당입찰가 및 상기 클릭수에 기초하여 결정되는 클릭종량요금, 상기 기간입

찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 및 상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치에 기초하여 계산될 수 있고, 상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함할 수 있다. 즉, 상기 기간정액요금 및 상기 클릭종량요금간의 비율에 따라 상기 광고비가 산정됨으로써, 광고주의 요구에 맞는 다양한 과금 정책이 구현될 수 있다.

[0044] 단계(S404)는 상기 광고의 노출에 따른 과금 방법을 개괄적으로 설명하는 부분으로 도 1을 통해 설명한 과금 시스템(103)을 통해 수행될 수 있다. 단계(S404)에서 과금 시스템(103)은 광고노출영역을 통해 노출된 광고의 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 확인하고, 기간입찰가에 해당하는 기간동안 광고에 대해 실제 발생된 클릭수를 확인하고, 클릭당입찰가, 클릭수 및 기간입찰가에 기초하여 광고의 노출에 따른 광고비를 산정할 수 있다. 이러한 과금 방법에 대해서는 상술한 바와 같이 도 6을 통해 더욱 자세히 설명한다.

[0045] 도 5는 본 발명의 일실시예에 있어서, 광고 제공 시스템의 내부 구성을 설명하기 위한 블록도이다. 본 실시예에 따른 광고 제공 시스템(102)은 도 5에 도시된 바와 같이 광고계재순위 확인부(501) 및 광고 노출부(502)를 포함할 수 있다.

[0046] 광고계재순위 확인부(501)는 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가 및 기간입찰가에 기초하여 상기 광고주의 광고에 대해 결정된 광고계재순위를 확인한다. 이때, 상술한 바와 같이 상기 광고계재순위는 하나의 웹페이지에 포함된 복수의 광고노출영역 중 어느 광고노출영역을 통해 광고가 노출되는가에 대한 정보로서, 상기 클릭당입찰가 및 상기 기간입찰가가 높을수록 상기 웹페이지의 보다 상단에 위치한 광고노출영역을 통해 상기 광고가 노출되도록 단계(S401)에서 경매 시스템(101)을 통해 결정될 수 있고, 광고 제공 시스템(102)은 상기 결정된 광고계재순위를 확인할 수 있다.

[0047] 광고 노출부(502)는 상기 확인된 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 상기 광고주의 광고를 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출한다. 예를 들어, 광고 노출부(502)는 제1 순위 내지 제5 순위에 따라 각각 제1 광고노출영역 내지 제5 광고노출영역이 대응된 정보를 포함할 수 있고, 해당 광고의 광고계재순위가 제3 순위인 경우 제3 순위에 대응된 제3 광고노출영역을 통해 상기 광고를 노출시킬 수 있다. 상기 광고의 노출은 상술한 바와 같이 상기 웹페이지의 해당 광고노출영역에 상기 광고에 해당하는 문서로의 링크를 설정하고, 상기 웹페이지를 브라우징하는 사용자에게 의해 상기 링크에 대한 이벤트를 발생하는 경우, 상기 문서를 제공함으로써 수행될 수 있다.

[0048] 또한, 상기 광고의 노출에 따른 광고비는 상기 클릭당입찰가, 상기 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생한 클릭수 및 상기 기간입찰가에 기초하여 산정된다.

[0049] 즉, 상기 클릭당입찰가와 기간입찰가를 모두 이용하여 상기 광고비를 산정함으로써, 클릭수의 유동성에 따라 발생할 수 있는 불확실성을 줄일 수 있고, 동시에 광고 효과에 따라 광고비를 산정할 수 있다. 예를 들어, 광고노출영역에 따라 상기 기간동안의 클릭수를 예측만 가능할 뿐이어서 실제 발생하는 클릭수가 예상과 크게 다른 경우, 광고주는 예상보다 매우 많은 광고비를 지불해야 하는 경우가 발생할 수 있다. 즉, 상기 클릭당입찰가, 상기 클릭수 및 기간입찰가를 통해 상기 광고비가 산정됨으로써, 클릭수의 유동성에 따른 불확실성을 줄일 수 있다.

[0050] 이를 위해, 상기 광고비는 상기 클릭당입찰가 및 상기 클릭수에 기초하여 결정되는 클릭종량요금, 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 및 상기 광고주에 의해 결정된 요금별 가중치에 기초하여 계산될 수 있고, 상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함할 수 있다. 즉, 상기 기간정액요금 및 상기 클릭종량요금간의 비율에 따라 상기 광고비가 산정됨으로써, 광고주의 요구에 맞는 다양한 과금 정책이 구현될 수 있다.

[0051] 도 6은 본 발명의 일실시예에 있어서, 과금 방법을 도시한 흐름도이다. 본 실시예에 따른 과금 방법은 도 1을 통해 설명한 과금 시스템(103)에 의해 수행될 수 있다. 도 6에서는 과금 시스템(103)에 의해 각각의 단계가 수행되는 과정을 설명함으로써, 상기 과금 방법을 설명한다.

[0052] 우선 단계(S601) 및 단계(S602)는 도 1을 통해 설명한 경매 시스템(101) 및 광고 제공 시스템(102)에 의해 각각 수행될 수 있다. 즉, 단계(S601)에서 경매 시스템(101)은 적어도 하나의 광고주로부터 입력되는 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 확인하고, 클릭당입찰가 및 기간입찰가에 기초하여 광고주의 광고에 대한 광고계재순위를 결정할 수 있다. 또한, 단계(S602)에서 광고 제공 시스템(102)은 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가 및 기간입찰가에 기초하여 광고주의 광고에 대해 결정된 광고계재순위를 확인하고, 확인된 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 광고주의 광고를 기간입찰가에 해당하는 기간동안 노출할 수 있다. 광고계재순위를 결정하고, 광고를

노출하는 방법에 대해서는 도 2 내지 도 4를 통해 자세히 설명하였으므로 추가적인 설명은 생략한다.

- [0053] 단계(S603)에서 과금 시스템(103)은 광고노출영역을 통해 노출된 광고의 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 확인한다. 즉, 과금 시스템(103)은 상기 광고의 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 단계(S601)에서 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가 및 기간입찰가 중에서 확인할 수 있다. 또한, 상기 광고는 복수의 광고노출영역 중 상기 클릭당입찰가 및 상기 기간입찰가에 기초하여 결정된 광고계제순위에 해당하는 광고노출영역을 통해 노출된 광고를 의미할 수 있다.
- [0054] 단계(S604)에서 과금 시스템(103)은 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생된 클릭수를 확인한다. 즉, 과금 시스템(103)은 상기 클릭당입찰가와 함께 상기 광고에 대해 실제 발생된 클릭수를 확인함으로써, 발생한 클릭에 따른 클릭종량요금을 계산할 수 있게 된다. 예를 들어, 과금 시스템(103)은 상기 클릭당입찰가와 상기 클릭수간의 곱셈연산을 통해 상기 클릭종량요금을 계산할 수 있다.
- [0055] 단계(S605)에서 과금 시스템(103)은 상기 클릭당입찰가, 상기 클릭수 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비를 산정한다. 이를 위해, 과금 시스템(103)은 상기 클릭당입찰가 및 상기 클릭수에 기초하여 결정되는 클릭종량요금, 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 및 상기 광고주의 요구에 의해 운영자 시스템을 통해 결정된 요금별 가중치에 기초하여 상기 광고비를 계산할 수 있다. 즉, 상기 기간동안 몇 회의 클릭수가 발생할 것인가를 미리 확인할 수 없는 불확실성을 기간입찰가를 이용하여 줄임과 동시에 클릭당입찰가를 통해 성과에 따른 광고비가 산정되도록 할 수 있다.
- [0056] 또한, 상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함할 수 있다. 즉, 광고주의 요구에 따라 운영자 시스템을 통해 결정된 요금별 가중치를 이용하는 경우, 광고 집행 이전에 광고비를 미리 확인할 수 있는 기간정액요금과 광고 성과에 따라 광고비가 산정되는 클릭종량요금의 비중을 광고주의 요구에 맞게 조절할 수 있다.
- [0057] 도 7은 본 발명의 일실시예에 있어서, 과금 시스템의 내부 구성을 설명하기 위한 블록도이다. 본 실시예에 따른 과금 시스템(103)은 도 7에 도시된 바와 같이 입찰가 확인부(701), 클릭수 확인부(702) 및 광고비 산정부(703)를 포함한다.
- [0058] 입찰가 확인부(701)는 광고노출영역을 통해 노출된 광고의 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 확인한다. 즉, 입찰가 확인부(701)는 상기 광고의 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 광고주로부터 입력된 클릭당입찰가 및 기간입찰가 중에서 확인할 수 있다. 또한, 상기 광고는 복수의 광고노출영역 중 상기 클릭당입찰가 및 상기 기간입찰가에 기초하여 결정된 광고계제순위에 해당하는 광고노출영역을 통해 노출된 광고를 의미할 수 있다.
- [0059] 클릭수 확인부(702)는 상기 기간입찰가에 해당하는 기간동안 상기 광고에 대해 실제 발생된 클릭수를 확인한다. 즉, 클릭수 확인부(702)는 상기 클릭당입찰가와 함께 상기 광고에 대해 실제 발생된 클릭수를 확인함으로써, 발생한 클릭에 따른 클릭종량요금을 계산할 수 있게 된다. 예를 들어, 클릭수 확인부(702)는 상기 클릭당입찰가와 상기 클릭수간의 곱셈연산을 통해 상기 클릭종량요금을 계산할 수 있다.
- [0060] 광고비 산정부(703)는 상기 클릭당입찰가, 상기 클릭수 및 상기 기간입찰가에 기초하여 상기 광고의 노출에 따른 광고비를 산정한다. 이를 위해, 광고비 산정부(703)는 상기 클릭당입찰가 및 상기 클릭수에 기초하여 결정되는 클릭종량요금, 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 및 상기 광고주의 요구에 의해 운영자 시스템을 통해 결정된 요금별 가중치에 기초하여 상기 광고비를 계산할 수 있다. 즉, 상기 기간동안 몇 회의 클릭수가 발생할 것인가를 미리 확인할 수 없는 불확실성을 기간입찰가를 이용하여 줄임과 동시에 클릭당입찰가를 통해 성과에 따른 광고비가 산정되도록 할 수 있다.
- [0061] 또한, 상기 요금별 가중치는 상기 광고비에 상기 클릭종량요금을 반영하기 위한 비율 및 상기 기간정액요금을 반영하기 위한 비율 중 적어도 하나의 비율을 포함할 수 있다. 즉, 광고주의 요구에 따라 운영자 시스템을 통해 결정된 요금별 가중치를 이용하는 경우, 광고 집행 이전에 광고비를 미리 확인할 수 있는 기간정액요금과 광고 성과에 따라 광고비가 산정되는 클릭종량요금의 비중을 광고주의 요구에 맞게 조절할 수 있다.
- [0062] 도 8은 클릭당입찰가, 기간입찰가, 클릭수와 광고비간의 관계에 대한 정보를 포함하는 표의 일례이다. 제1 광고주 내지 제3 광고주는 각각 클릭당입찰가 및 기간입찰가를 입력하고, 경매 시스템(101)은 상기 클릭당입찰가 및 상기 기간입찰가에 따라 광고계제순위를 결정할 수 있다. 표(801)는 상기 제1 광고주 내지 상기 제3 광고주에 대해 상기 확인된 클릭당입찰가들에 대해 동일한 클릭수를 적용하여 계산한 클릭종량요금 및 상기 확인된 기간입찰가들에 대해 동일한 기간에 따라 확인된 기간정액요금간의 합을 최종 입찰가로 결정하여 가장 큰 최종 입찰가를 제시한 광고주의 광고가 가장 높은 광고계제순위를 갖도록 결정된 일례를 나타낸다. 여기서, 상기 상기

제1 광고주 내지 상기 제3 광고주가 입력한 기간입찰가들은 모두 동일한 기간에 대한 입찰가라 가정하고 상기 동일한 클릭수를 "5,000"이라 가정하면, 상기 제1 광고주의 최종 입찰가는 "360,000원"으로, 상기 제2 광고주의 최종 입찰가는 "355,000원"으로, 상기 제3 광고주의 최종 입찰가는 "350,000원"으로 결정되어 표(801)의 광고노출순위가 결정될 수 있다.

[0063] 이때, 광고 제공 시스템(102)을 통해 광고주들의 광고가 상기 기간입찰가에 따른 기간동안 해당 광고노출영역을 통해 노출될 수 있다. 이 경우, 과금 시스템(103)은 상기 광고의 노출에 따른 광고비를 상기 클릭당입찰가, 기간정액단가 및 클릭수에 기초하여 결정할 수 있다. 예를 들어, 표(801)에서 제1 광고주의 광고비는 클릭당입찰가와 클릭수간의 곱셈연산결과 그리고 상기 곱셈연산결과와 기간입찰가간의 덧셈연산결과("40원" * "6,000" + "160,000원" = "400,000원")로 결정되었다.

[0064] 또한, 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 "160,000원" 또는 상기 클릭당입찰가 및 상기 클릭수에 기초하여 결정되는 클릭종량요금 "40원 * 6000"에는 미리 결정된 비율인 요금별 가중치가 적용될 수 있다. 예를 들어, 광고의 효과에 따라 광고비가 결정되는 클릭종량요금에 더 큰 비중을 두고자 하는 광고주에 대해 클릭종량요금에 "1.1"의 요금별 가중치를, 기간정액요금에 "0.8"의 요금별 가중치를 부여한 경우 제1 광고주의 광고비는 "40원" * "6000" * "1.1" + "160,000" * "0.8" = "392,000(원)"과 같이 산정될 수 있다. 이러한 상기 요금별 가중치는 광고주의 요구에 따라 운영자 시스템에 의해 광고의 집행 전에 미리 결정될 수 있다.

[0065] 이와 같이, 본 발명의 실시예들에 따른 경매 시스템, 광고 제공 시스템 및 과금 시스템을 이용하면, 클릭당입찰가와 기간입찰가를 이용한 경매를 통해 광고계재순위를 결정하고, 상기 광고계재순위에 따른 광고노출영역을 통해 광고를 노출함에 따른 광고비를 상기 클릭당입찰가뿐만 아니라 기간입찰가를 모두 이용하여 산정함으로써, 클릭수의 유동성에 따라 발생할 수 있는 광고비의 불확실성을 줄일 수 있다. 또한, 상기 기간입찰가에 기초하여 결정되는 기간정액요금 및 상기 클릭당입찰가 및 상기 클릭수에 기초하여 결정되는 클릭종량요금간의 비율을 조절함으로써, 광고주의 요구에 맞는 다양한 과금 정책을 구현할 수 있다.

[0066] 또한, 본 실시예들을 이용하여 광고의 클릭에 대한 과금뿐만 아니라 광고의 노출에 대한 과금을 수행하는 것 또한 가능하다. 상기 노출에 따른 과금은 상기 클릭당입찰가 대신 노출당입찰가를, 상기 클릭수 대신 노출수를 그리고 상기 클릭종량요금 대신 노출종량요금을 이용하여 동일한 구성을 통해 수행 가능하기에 반복적인 설명은 생략한다. 이 경우, 노출수의 유동성에 따른 광고비의 불확실성을 줄일 수 있다.

[0067] 본 발명에 따른 실시예들은 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, 파일 데이터, 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-광매체(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.

[0068] 이상과 같이 본 발명에서는 구체적인 구성 요소 등과 같은 특정 사항들과 한정된 실시예 및 도면에 의해 설명되었으나 이는 본 발명의 보다 전반적인 이해를 돕기 위해서 제공된 것일 뿐, 본 발명은 상기의 실시예에 한정되는 것은 아니며, 본 발명이 속하는 분야에서 통상적인 지식을 가진 자라면 이러한 기재로부터 다양한 수정 및 변형이 가능하다.

[0069] 따라서, 본 발명의 사상은 설명된 실시예에 국한되어 정해져서는 아니되며, 후술하는 특허청구범위뿐 아니라 이 특허청구범위와 균등하거나 등가적 변형이 있는 모든 것들은 본 발명 사상의 범주에 속한다고 할 것이다.

도면의 간단한 설명

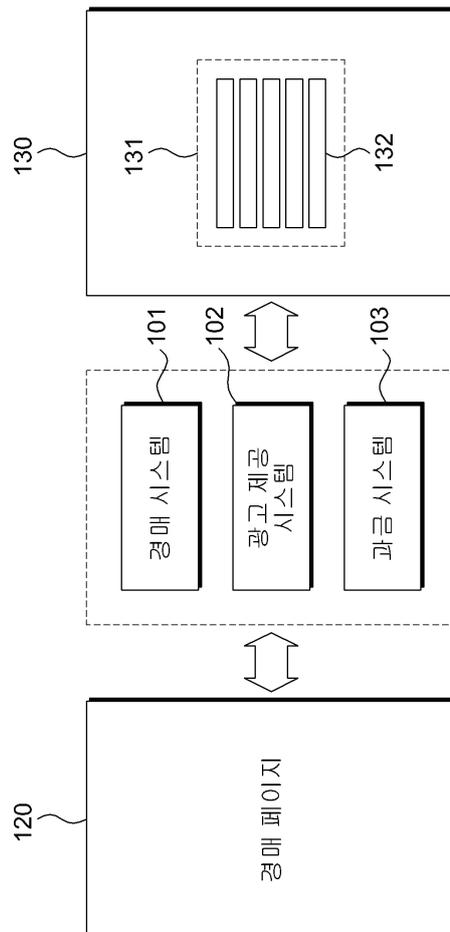
[0070] 도 1은 본 발명의 일실시예에 따른 경매 시스템, 광고 제공 시스템 및 과금 시스템에 따른 개괄적인 모습을 도시한 도면이다.

[0071] 도 2는 본 발명의 일실시예에 있어서, 경매 방법을 도시한 흐름도이다.

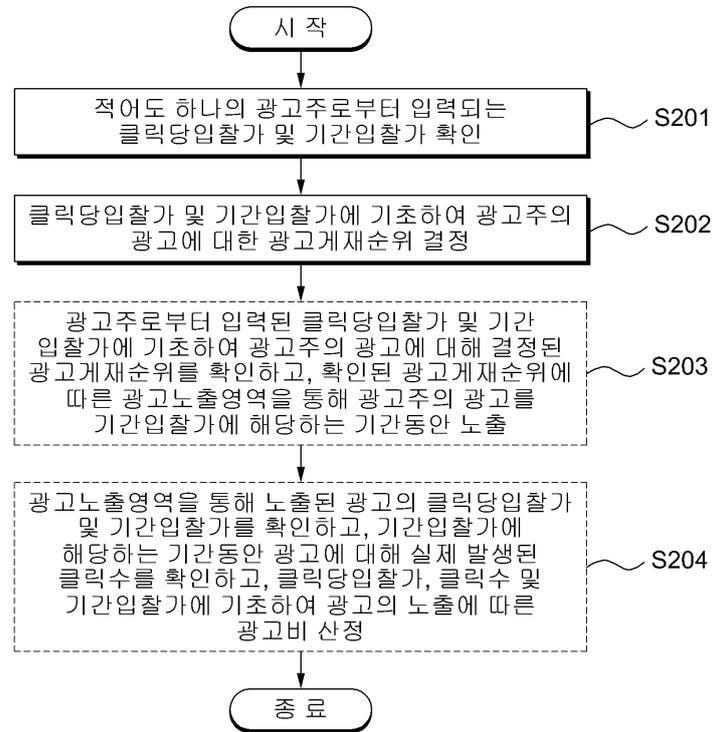
- [0072] 도 3은 본 발명의 일실시예에 있어서, 경매 시스템의 내부 구성을 설명하기 위한 블록도이다.
- [0073] 도 4는 본 발명의 일실시예에 있어서, 광고 제공 방법을 도시한 흐름도이다.
- [0074] 도 5는 본 발명의 일실시예에 있어서, 광고 제공 시스템의 내부 구성을 설명하기 위한 블록도이다.
- [0075] 도 6은 본 발명의 일실시예에 있어서, 과금 방법을 도시한 흐름도이다.
- [0076] 도 7은 본 발명의 일실시예에 있어서, 과금 시스템의 내부 구성을 설명하기 위한 블록도이다.
- [0077] 도 8은 클릭당입찰가, 기간입찰가, 클릭수와 광고비간의 관계에 대한 정보를 포함하는 표의 일례이다.
- [0078] <도면의 주요 부분에 대한 부호의 설명>
- [0079] 101: 경매 시스템
- [0080] 102: 광고 제공 시스템
- [0081] 103: 과금 시스템

도면

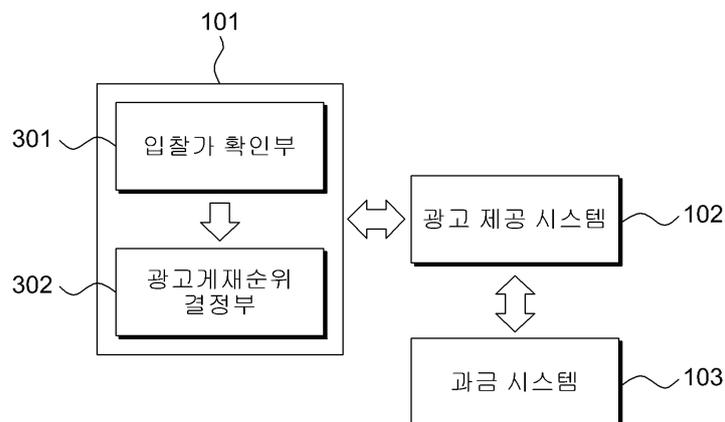
도면1



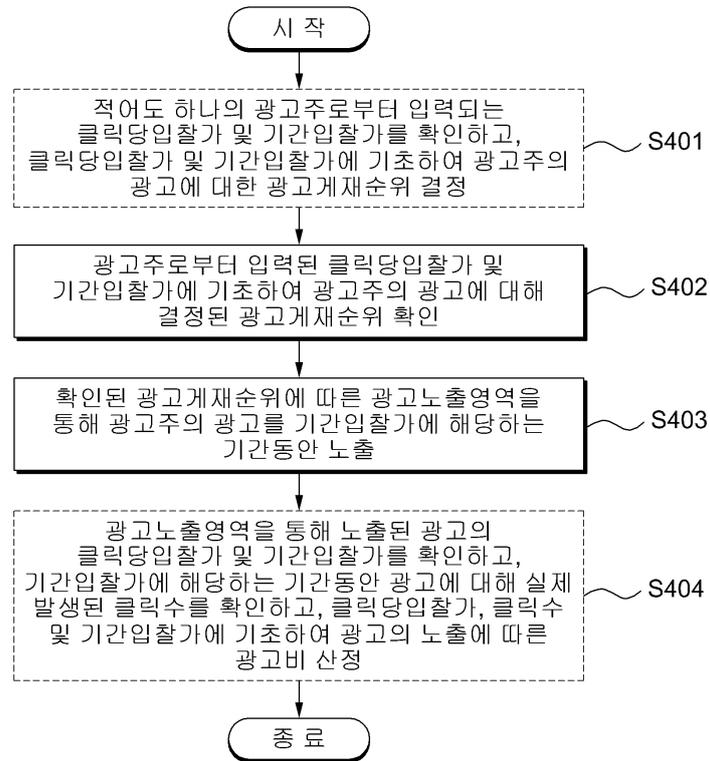
도면2



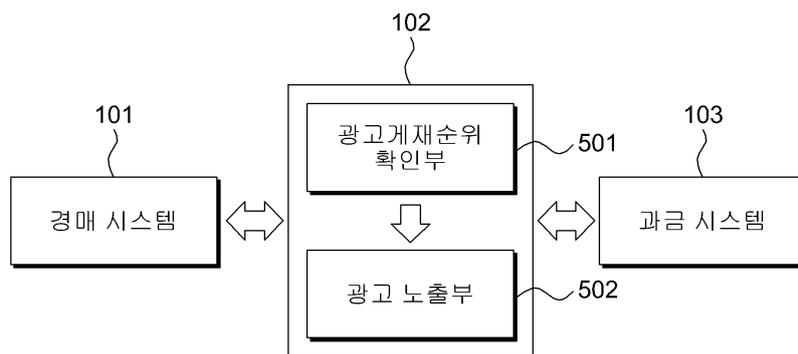
도면3



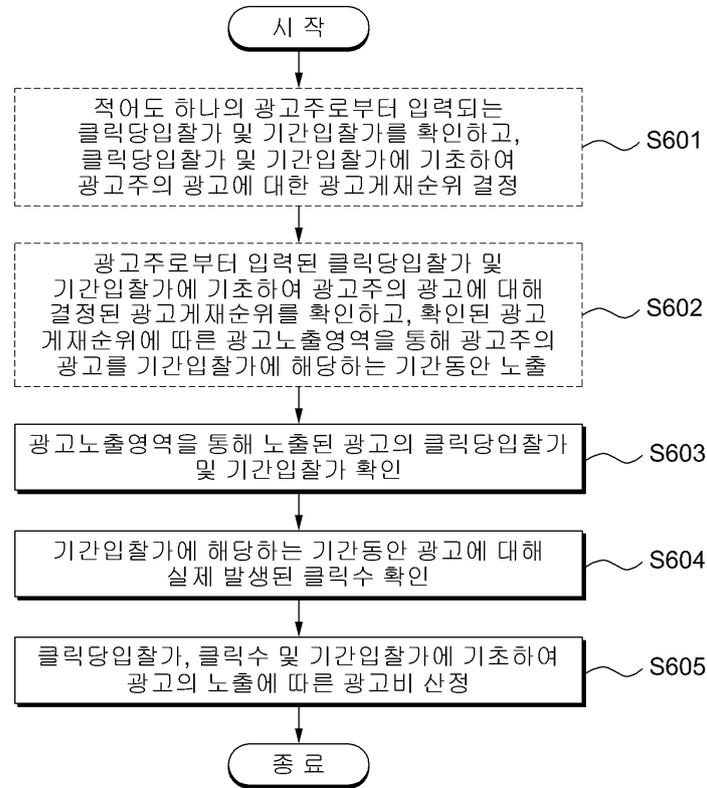
도면4



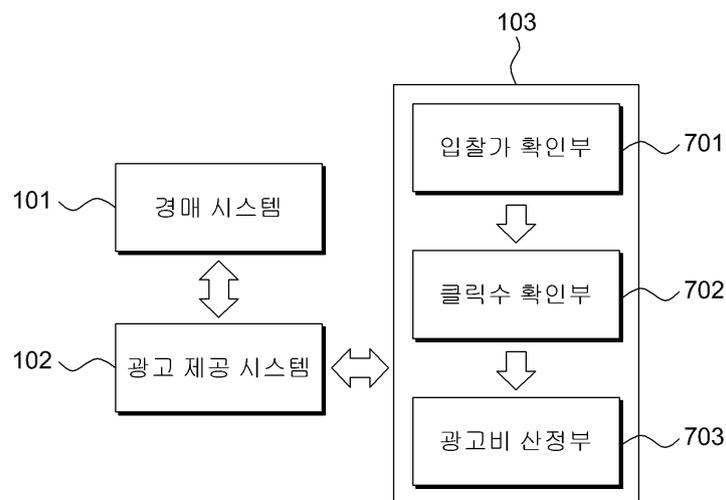
도면5



도면6



도면7



도면8

801

	클릭당입찰가	기간입찰가	광고 게재 순위	클릭 수	광고비
제1 광고주	40원	160,000원	1	6,000	400,000원
제2 광고주	45원	130,000원	2	5,000	355,000원
제3 광고주	40원	150,000원	3	4,000	310,000원