刀

N

S

N

ဖ

 $\infty$ 



## (12) ОПИСАНИЕ ИЗОБРЕТЕНИЯ К ПАТЕНТУ

- (21), (22) Заявка: 2008121575/12, 29.05.2008
- (24) Дата начала отсчета срока действия патента: 29.05.2008
- (45) Опубликовано: 27.05.2009 Бюл. № 15
- (56) Список документов, цитированных в отчете о поиске: US 6442529 A, 27.08.2002. US 5996007 A, 30.11.1999. US 6567854 A, 20.05.2003. RU 2259585 C1, 27.05.2005.

Адрес для переписки:

121096, Москва, а/я 1, пат.пов.О.Б.Салминой

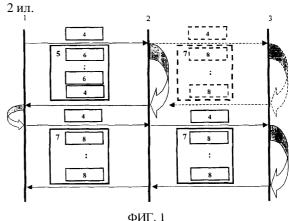
- (72) Автор(ы): Буняк Юрий Анатольевич (UA)
- (73) Патентообладатель(и): Копылова Наталья Викторовна (RU), Веблинк Сервисес Лиметед (VG)

# (54) СПОСОБ ДОСТАВКИ ЦЕЛЕВОЙ РЕКЛАМЫ И/ИЛИ ИНФОРМАЦИИ И СИСТЕМА ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СПОСОБА

(57) Реферат:

относится Изобретение области рекламного дела и предназначено для целенаправленной с учетом предполагаемых абонентов потребительских предпочтений рекламы. Способ доставки рекламы и/или информации операторами связи провайдерами сети Интернет осуществляется следующим образом. При подключении абонента к сети оператора производят его аутефикацию и открывают канал связи с удаленными базами данных. Одновременно на сервере оператора создают страницу командного кода с последовательностью команд запроса рекламного контента. После получения информационного пакета абонента команду обращения сохраняют и обрабатывают в сервере оператора, и вводят в конец последовательности команд запроса рекламного контента страницы командного кода. Отправляют эту страницу командного кода абоненту. После загрузки

воспроизводят на средстве отображения терминала рекламный контент. Во время его повторно инициилизируют просмотра информационный пакет абонента, содержащий команду обращения к адресу удаленного ресурса и отправляют его по каналу связи к удаленным базам данных. Предложена система для осуществления способа. 2 н. и 11 з.п. ф-лы,



C  $\infty$ ത 2 S က 2

2

(51) Int. Cl.

**G09F 19/00** (2006.01) **G06Q 30/00** (2006.01)

### (12) ABSTRACT OF INVENTION

(21), (22) Application: 2008121575/12, 29.05.2008

(24) Effective date for property rights: 29.05.2008

(45) Date of publication: 27.05.2009 Bull. 15

Mail address:

121096, Moskva, a/ja 1, pat.pov.O.B.Salminoj

(72) Inventor(s): Bunjak Jurij Anatol'evich (UA)

(73) Proprietor(s):

Kopylova Natal'ja Viktorovna (RU), Veblink Servises Limeted (VG)

#### (54) METHOD OF DELIVERING TARGET ADVERTISEMENT AND/OR INFORMATION AND SYSTEM FOR SAID METHOD REALISATION

(57) Abstract:

C

 $\infty$ 

ത

2

/

S

3

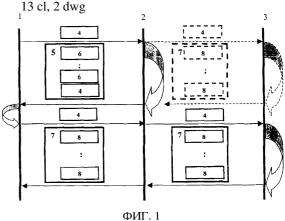
2

2

FIELD: advertising.

SUBSTANCE: invention relates to field of advertisement and is intended for advertisement taking into account assumed consumer preferences of advertisement users. Method of advertisement and/or information delivery communication operators or Internet providers is realised in the following way. When user is connected to operator net, their autefication is performed and channel for communication with remote databases is opened. At the same time command code page with sequence of commands of advertisement content inquiry is created at operator server. After obtaining information packet from user, access command is stored and processed at operator server and introduced at the end of sequence of commands of inquiry of advertisement content of command code page. Said page of command code is sent to user. After its loading advertisement content is reproduced on terminal display means. During its viewing, user information packet, containing access command to remote resource address, is re-initiated and sent to remote databases by communication channel.

EFFECT: claimed is system for method realisation.



ယ S 7 N ဖ  $\infty$ 

双

N

Страница: 2

Изобретение относится к области рекламного дела и предназначено для целенаправленной с учетом предполагаемых потребительских предпочтений абонентов рекламы товаров и услуг и другой информации.

Высокая конкуренция на рынке телекоммуникаций и связи вынуждает операторов сотовой подижной связи, фиксированной связи, в том числе беспроводной, провайдеров услуг доступа к Интернет, услуг широкополосного доступа (в дальнейшем - операторы) искать пути снижения тарифов предоставляемых услуг, предоставлять новые услуги, искать новых потребителей, искать новые источники доходов. Одним из таких путей является получение дополнительных доходов операторами от рекламы за счет рекламодателей. Однако рекламодатели заинтересованы в эффективной, результативной рекламе. Поскольку операторы находятся в прямом контакте с абонентами, то в процессе предоставления услуг они обладают информацией об абонентах, например место жительства, анкетные данные, посещаемые WEB-сайты. В соответствии с вышеуказанной информацией могут быть определены вероятные потребительские предпочтения и составлены рекламные компании с целью доставки адресной рекламы целевым группам абонентов. Такой подход взаимовыгоден для всех участников процесса, в первую очередь абонентам, поскольку приводит к снижению стоимости пользования услугами и позволяет сделать неизбежную в современных условиях рекламу потенциально полезной.

Реклама осуществляется путем доставки рекламного контента абонентам локальной сети передачи данных оператора, которая образована и управляются техническими средствами оператора.

25

Для осуществления целевой рекламы необходимы технические средства, включающие средства доступа к локальной сети, базы данных и соответствующее программное обеспечение. Состав технических средств в значительной степени зависит от способа реализации поставленной задачи.

Известна система целевой рекламы (United States Patent 6339761. Internet service provider advertising system. January 15, 2002) в сети провайдеров Internet (Internet Service Provider - ISP), которая содержит множество терминалов абонентов, подключенных к локальной сети и посредством технических средств ISP к Internet, к локальной сети также подключены серверы баз данных абонентов и целевого рекламного контента. Система позволяет изменять содержимое WEB-страниц, запрашиваемых абонентами, таким образом, чтобы вместо одного контента рекламы можно было передавать другой - целевой контент. Это выполняется при помощи специальной программы, которая на основе ряда критериев выбирает из базы рекламного контента наиболее подходящих операционных систем. Программа устанавливается на оборудовании провайдера сети.

К недостаткам системы можно отнести то, что провайдер (оператор) может осуществлять замену контента WEB-страницы только на основе договора с владельцем страницы. Это влечет дополнительные затраты, которые могут быть не компенсироаны в случае неудачной рекламы, а также ограничивает число сайтов, поскольку сложно составить договоры даже с владельцами сотни наиболее популярных сайтов.

Известны метод и система для целевой рекламы (United States Patent 6513052. Targeted advertising over global computer networks. January 28, 2003), которые основаны на том, что для вставки рекламного контента используют временные паузы в работе компьютера абонента при доступе в Интернет, которые возникают во время запроса данных удаленных ресурсов. Чтобы не нарушать работу компьютера его профиль

считывает сервер системы, профиль компьютера - его параметры, система использует в качестве критерия для выбора рекламного контента. После завершения передачи рекламного контента сервер системы восстанавливает профиль компьютера.

К недостатку метода и системы, которая его реализует, можно отнести то, что реализация метода требует установки на оборудовании абонента нестандартного программного обеспечения (ПО), которое поддерживало бы возможность доступа к профилю компьютера - параметрам выполняемых программ, то есть к ядру операционной системы (ОС). Учитывая то, что число операционных систем и их версий достаточно большое (не менее десяти), то реализовать такое программное обеспечение и адаптировать его под каждую операционную систему достаточно сложно. Вместе с тем, далеко не все абоненты согласятся предоставить доступ к профилю компьютера третьей стороне из соображений безопасности, особенно, если в качестве абонентов выступают офисы компаний или государственных учреждений.

Известны метод и система для целевой рекламы (United States Patent 6332127. Systems, methods and computer program products for providing time and location specific advertising via the internet. December 18, 2001), которые основаны на изменении контента WEB-страниц, которые запрашивает абонент в Интернет, путем вставки рекламного контента с учетом места расположения абонента, времени и даты. Определение места расположения абонента выполняется при помощи средств навигации GPS и специального электронного купона, встроенного в его мобильный компьютер. Купон и его координаты фиксирует сервер системы целевой рекламы и на основе этих данных, а также других критериев, выбирает наиболее подходящую рекламу для вставки в WEB-страницы.

15

К недостатку данных метода и системы можно отнести то, что они реализуемы только с применением дополнительного оборудования, которое должен приобрести абонент или которое ему установит провайдер, потратив для этой цели определенную сумму средств. Учитывая, что предоставление рекламы оператором и получение рекламы абонентом не является основным функциональным элементом при предоставлении доступа к Интернет, то никто из двух участвующих сторон не заинтересован в дополнительных затратах.

Известен способ целевой рекламы (United States Patent 6516311. Method for linking on the internet with an advertising feature. February 4, 2003), основанный на том, что Интернет-страницы фирм, которые представляют определенного вида услуги или товары, ассоциируют с их телефонными номерами. Чтобы просмотреть WEB-страницу фирмы абонент вводит через WEB-браузер номер телефона фирмы, при этом вместе с запрашиваемой страницей он видит тематическую рекламу, связанную с интересующими его услугами или товарами. Наиболее подходящую рекламу выбирают по набранному телефонному номеру, с которым ассоциируют определенное направление услуг или товаров.

Недостатком данного метода является необходимость в особом (нестандартном) WEB-браузере, оснащенного базой данных телефонных номеров. Такие базы номеров существуют только в проводной связи, сектор которой постоянно сокращается.

Известен способ целевой рекламы (United States Patent 5996007. Method for providing selected content during waiting time of an Internet session. November 30, 1999), основанный на передаче абоненту целевого рекламного контента во время пауз, которые возникают во время сессии доступа абонента к централизованным ресурсам Интернет. Инициирует передачу контента специальная программа, установленная на компьютере абонента. Работа программы состоит в том, что она анализирует

информацию, которую запрашивает абонент - адрес ссылки URL (Uniform Resource Location), а также состояние компьютера по его профилю. Если распознана сессия доступа к URL и компьютер (канал связи) находится в состоянии ожидания, то программа инициирует запрос к серверу провайдера на передачу рекламного контента. Критериями выбора контента служат профиль абонента, который он может задать самостоятельно, частота доступа, тематика ресурсов Интернет.

Недостатком способа является то, что для его реализации необходимо специальное нестандартное программное обеспечение для доступа к Интернет. Причем программное обеспечение должно работать на уровне ядра операционной системы, поскольку анализирует состояние компьютера (его профиль). Такое программное обеспечение может занимать существенный ресурс компьютера абонента, его реализация затруднительна из-за большого числа производителей и версий операционной системы. Кроме того, программное обеспечение должно быть либо приобретено абонентом, либо установлено провайдером при подключении абонента к сети. В том и другом случае это дополнительные затраты на функцию, которая не является обязательной.

Известен способ и система для целевой рекламы (United States Patent 6442529. Methods and apparatus for delivering targeted information and advertising over the internet. August 27, 2002), которые с целью снижения стоимости услуг доступа к Интернет дают возможность коммутационному оборудованию сети провайдеров Интернет (ISP) предоставлять абонентам рекламный контент во время пауз ожидания запрашиваемой абонентом информации из ресурсов Интернет, способ реализует система, которая состоит из коммутационного оборудования ISP (коммутатор ISP), к которому с одной стороны подключены компьютеры (терминалы) абонентов сети при помощи мини-порталов, с другой стороны подключены сервер подтверждения, который выполняет функцию идентификации абонентов, которые подключаются к сети, сервер рекламного контента, сервер статистики, который собирает и анализирует информацию, которую запрашивают абоненты, на основе которой с учетом ряда критериев выполняется управление таргетированной рекламой, сервер доступа к ресурсам Интернет (ргоху сервер). Способ состоит в том, что при подключении абонента к сети провайдера мини-портал загружает целевой рекламный контент в его компьютер. Во время пауз специальная программа отображает данный контент на мониторе абонента.

К недостаткам данных способа и системы можно отнести следующее:

- полоса пропускания каналов связи абонентов с оборудованием ISP и ресурсами Интернет постоянно растет, следовательно, время пауз сокращается до размеров, которые обычным человеком не воспринимаются, поэтому демонстрация рекламы во время пауз ожидания теряет смысл, тем более, что в рассматриваемом способе необходимо время, чтобы удостовериться, что действительно наступила пауза в обмене данными;
- реализация способа требует применения нестандартного оборудования в виде устройства мини-портала и программного обеспечения, которое обеспечивает функциональность мини-портала, его взаимодействие с компьютером пользователя и оборудованием ISP, программное обеспечение для реализации показа загруженного рекламного контента;
- для реализации метода и системы в сети мобильной связи, которая все больше пользуется спросом, необходимо, чтобы либо мобильные телефоны выполняли функции мини-портала с возможностями загрузки рекламного контента, то есть это

должны быть специализированные телефоны, либо функции мини-портала выполняла специальная программа на мобильном компьютере, подключенном через мобильный телефон к провайдеру;

- для реализации метода и системы провайдеру необходимо потратить средства на разработку и производство дополнительного оборудования и программного обеспечения, а также его установку;
- абоненты при подключении к провайдеру не имеют свободы выбора оборудования по цене и качеству, они могут использовать только специализированные технические средства, обеспечивающие функциональность метода предоставления рекламного контента, функции не основной, но которая может снизить их затраты на услуги провайдера.

Из патента России 2259585, МПК 8 G09F 19/00, который является наиболее близким аналогом, известен способ изменения изображения, в том числе для рекламных целей, полученного с помощью прикладной программы на экране устройства отображения пользовательской компьютерной системы. Компьютерная система выполняет прикладную программу под управлением операционной системы, при этом способ содержит этапы ввода в пользовательскую компьютерную систему извне относительно этой системы сигнала, который формирует в изображении после его отображения мультимедийный анимационный знак (рекламу). Мультимедийный анимационный знак вводится так, что он появляется на экране навязчивым способом в позиции в момент времени или с размером, которые не могут быть определены пользователем компьютера посредством просмотра изображения перед вводом упомянутого знака. При этом навязчивый способ используется в операционной системе, которая формирует многослойные изображения окон на экране, причем знак располагается на верхнем слое окна прикладной программы так, чтобы пользователь не мог перемещать его за поле экрана или закрывать его другими объектами. Выработкой знака управляют с помощью сигналов, которые хранятся в базе данных, в ответ на обмен информацией из компьютера пользователя.

в ответ на оомен информациеи из компьютера пользователя.

С предлагаемым решением этот известный способ объединяет то, что абонент получает целевую рекламу навязчивым способом в ответ на обмен информацией.

К недостаткам данных способа и системы можно отнести следующее:

35

для реализации метода и системы провайдеру необходимо потратить средства на разработку и производство дополнительного оборудования и программного обеспечения, а также его установку.

В основу изобретения поставлена задача создания эффективного способа формирования, передачи и доставки целевого рекламного контента и любой иной информации оператором определенному абоненту и/или определенной группе абонентов во время запроса Интернет-ресурсов.

Поставленная цель достигается тем, что способ доставки целевой рекламы и иной целевой информации операторами заключается в том, что при подключении абонента со своего терминала к сети оператора производят его аутефикацию-идентификацию и проверку прав доступа и открывают канал связи с удаленными базами данных и одновременно с этим в сервере оператора формируют страницу командного кода (WEB-страницу оператора) с последовательностью команд запроса рекламного контента, после получения информационного пакета от абонента, содержащего команду обращения к адресу удаленного ресурса, команду обращения абонента сохраняют и обрабатывают в сервере оператора и вводят в конец последовательности команд запроса рекламного контента страницы командного кода (WEB-страницы

оператора), отправляют эту страницу командного кода абоненту, после загрузки страницы командного кода в терминал абонента воспроизводят на средстве отображения терминала рекламный контент, во время его просмотра повторно инициализируют информационный пакет абонента, содержащий команду обращения к адресу удаленного ресурса и отправляют его по каналу связи к удаленным базам данных.

Для обеспечения паузы, необходимой для восприятия абонентом рекламного контента после повторного инициирования команды обращения абонента, включают программный таймер, по истечению которого производится показ информации, запрошенной абонентом и доставленной во время работы таймера.

Показ рекламного контента прекращают после регистрации реакции абонента нажатием на кнопку "Сброс" или иную кнопку, отображаемой на странице рекламного контента.

15

30

35

Прекращают работу таймера после регистрации реакции абонента нажатием на кнопку "Выбор", отображаемой на странице рекламного контента.

Инициируют загрузку страниц командного кода р, которые демонстрируют абоненту рекламный контент или другую информацию, предоставленную рекламодателем или иным источником после регистрации реакции абонента нажатием на кнопку "Выбор".

Отображают информацию, которую запросил абонент, после реакции абонента нажатием на кнопку "Сброс" или иную кнопку, которая отображается на странице рекламного контента рекламодателя.

Инициируют передачу абоненту страницы рекламного командного кода после обнаружения первого запроса абонента.

Инициируют передачу абоненту страницы рекламного командного кода при условии обнаружения запроса абонента.

Формируют страницу командного кода (WEB-страницу оператора) с последовательностью команд запроса рекламного контента раньше, чем придет сообщение от запрошенного информационного ресурса Интернет. При этом, если сообщение с WEB-старницей оператора придет позднее запрошенного информационного рескрса Интернет, оно игнорируется.

Последовательность команд запроса рекламного контента реализует ссылки на информационные ресрс, как в локальной сети оператора, так и в глобальной сети Интернет.

В основу изобретения поставлена задача создания системы доставки целевой рекламы или иной целевой информации, которая реализует заявляемый способ и в которой за счет введения новых элементов достигается возможность упростить известные системы доставки целевой рекламы или иной информации путем устранения специальных нестандартных технических средств.

Поставленная цель достигается тем, что система доставки целевой рекламы операторами связи или провайдерами Интернет содержит абонентские терминалы, которые проводными или беспроводными каналами связи подключены к коммутационному оборудованию сети провайдеров Интернет (ISP), первый вход-выход которого подключен к первому входу-выходу сервера доступа к ресурсам Интернет (или ргоху-сервер), второй вход-выход которого подключен к ресурсам Интернет, второй вход-выход ISP подключен к первому входу-выходу модуля управления рекламой для обнаружения и приема информационного пакета от абонента, содержащего команду обращения к адресу удаленного ресурса Интернет и

идентификации абонентов по их параметрам в локальной сети оператора, первый вход мониторинга модуля управления рекламой подключен к первому входу-выходу ISP, второй и третий входы-выходы модуля управления рекламой подключены соответственно к серверу статистики и серверу рекламного контента, четвертый вход-выход модуля управления рекламой предназначен для подключения к терминалу управления оператора, а второй вход мониторинга модуля управления рекламой подключен к третьему входу-выходу ISP, который, в свою очередь, подключен к входу-выходу сервера подтверждения для выполнения операций обмена данными с сервером подтверждения, который содержит регистрационные данные абонентов и их параметры в сети.

Модуль управления рекламой для идентификации пользователей использует уникальные параметры (например, IP адрес порта, IMSI, идентификационные параметры и т.д.) пользователя и/или оборудования пользователя, далее «параметры оборудования», которые присутствуют в сообщениях запроса ресурса Интернет.

Модуль управления рекламой для идентификации профиля пользователя, параметры оборудования которого обнаружены впервые, запрашивает регистрационные данные сервера подтверждения (например, RADIUS-сервер) и сохраняет их на сервере статистики.

В дальнейшем изобретение поясняется чертежами.

На фиг.1 представлена схема реализации способа.

На фиг.2 изображена структурная схема системы предоставления целевой рекламы, реализующей заявляемый способ.

Заявляемый способ реализуется следующим образом. На фиг.1 представлена диаграмма реализации способа. Три взаимодействующие стороны - терминал абонента 1, оборудование оператора 2 и интернет-ресурс 3 обозначены вертикальными линиями. Абонент 1 запрашивает Интернет-ресурс посылкой пакета с LJRL 4, оператор 2 фиксирует первый пакет и в ответ передает свою страницу 5. которая содержит информационный контент и последовательность команд запросов рекламного контента 6, а также запрос абонента 4. Первый запрос 4 может быть аннулирован оператором, он также может продолжить продвижение в сторону Интернет-ресурса 3, где он вызовет передачу запрашиваемой страницы 7 с информационным контентом и последовательностью команд запросов 8, но поскольку страница оператора 5 поступит к абоненту раньше как ответ на его запрос 4, то повторный ответ в виде страницы 7 будет терминалом абонента 1 проигнорирован. Выполнение программы страницы 5 на терминале абонента 1 вызовет повторную передачу запроса 4, который через оборудование оператора 2 проследует к Интернет-ресурсу 3, где вызовет передачу запрашиваемой страницы 7, которая поступит через оборудование оператора 2 на терминал абонента 1.

Отметим, что обычно WEB-страница имеет объем в среднем 300 кбайт. Данные передают пакетами (например, при помощи Transport Control Protocol) объемом не более 1.5 кбайт, поэтому процесс передачи команд запросов 4, 6 и 8 и ответной передачи страниц 5 и 7 с текстовой и другой информацией, содержащих следующие команды ссылок или нет, в сумме составляет порядка 200 транзакций. В этой последовательности транзакций одна аннулированная оператором или проигнорированная абонентом не создают существенной дополнительной нагрузки на сеть. Адрес ссылки на internet-ресурс включает название корневого каталога и путь к вложениям. Инициацию передачи оператором 2 страницы 5 вызывают только ссылки 4 на корневые каталоги.

На фиг.2 представлена структурная схема системы предоставления целевой рекламы, реализующая заявляемый способ. Система включает некоторое число абонентских терминалов, которые проводными или беспроводными каналами связи 9 подключены к коммутационному оборудованию ISP (коммутатору) 2, первый вход-выход 10 которого подключен к первому входу-выходу сервера доступа к ресурсам Интернет (ргоху-сервера) 11, второй вход-выход 12 которого подключен к Интернет-ресурсам 3, второй вход-выход 13 коммутатора 2 подключен к первому входу-выходу модуля управления рекламой 14, первый вход мониторинга которого подключен к первому входу выходу 10 коммутатора 2, второй 15 и третий 16 входы-выходы подключены соответственно к серверам статистики 17 и рекламного контента 18, второй вход мониторинга подключен к третьему входу-выходу 19 коммутатора 2, который подключен к входу-выходу сервера подтверждения 20, четвертый вход-выход 21 модуля управления рекламой 14 предназначен для подключения терминала оператора.

Система работает следующим образом. При активизации терминала абонента 1 коммутатор производит его идентификацию при помощи сервера подтверждения 20. Модуль управления рекламой 14 путем мониторинга транзакций по линии 19 также производит идентификацию абонента и по статистическим данным по этому абоненту, которые хранятся на сервере статистики 17, определяет его категорию и формирует рекламный контент на WEB-странице оператора 5, считывая рекламные материалы с сервера 18. Когда абонент получил доступ и передал свой запрос 4 Интернет-ресурсу 3, то путем мониторинга линии связи 10 модуль управления рекламой 14 также принимает данный запрос, передает адрес ресурса серверу статистики 17, который анализирует его тематическую категорию. Если категория определена, то сервер статистики передает ее модулю управления рекламой 14 и модуль управления запрашивает тематическую рекламу у сервера 18 и вставляет команды запросов BWEB-страницу оператора 5. Если категория запроса не определена, то модуль управления вставляет команды запросов, которые предусмотрены "по умолчанию". Сервер статистики 17 производит подсчет числа запросов 4 абонента и классифицирует его запросы в соответствии с тематическими критериями. Он также ведет учет показа рекламы. В WEB-страницу оператора 5 модуль управления 14 вставляет команду запроса абонента 4 и отправляет страницу оператора по линии связи 13 терминалу абонента 1, указав его адресные параметры и параметры транзакции, которая используется для передачи запроса 4, таким образом, чтобы она была воспринята терминалом 1 как ответ на запрос 4. После отображения первых двух частей рекламного контента страницы 5 при условии, что абонент не перейдет по рекламной ссылке, нажав на кнопку «Выбор», программа на терминале абонента 1 возобновит запрос 4 по таймеру или по клику абонента на кнопку «Сброс», запрос 4 будет передан Интернет-ресурсу повторно. Если абонент проявил интерес к рекламному контенту, кликнув на кнопку «Выбор», то программа возобновит запрос 4 после того, как будет просмотрен рекламный контент и произойдет возврат в исходную программу показа WEB-страницы оператора 5. Рекламный контент WEB-страницы 5 модуль управления 14 считывает из сервера рекламы 18 и размещает в разделе памяти, который выделяется для сессии рекламы каждого абонента, обеспечивая, таким образом, быстрое звершение запросов 6. Когда абонент проявил интерес к рекламе, доступ к ее ресурсам будет зафиксирован модулем управления при прохождении запросов 6 по линии связи 10 или по доступу к памяти сессии рекламы абонента. Информацию о прохождении запросов 6 модуль управления 14 передает

серверу статистики 17 для учета числа успешных целевых показов рекламы.

Для ввода рекламного контента, тематических категорий рекламы, анализа статистики запросов и успешного показа рекламы оператор может использовать порт 21 модуля управления 14.

Способ передачи рекламы и работа системы осуществляются таким образом, что не требуют дополнительных технических средств - специализированных порталов или программного обеспечения. Они используют только те технические средства, которые являются стандартными и общедоступными. Модуль управления рекламой представляет собой компьютер с унифицированными интерфейсами для связи с коммутатором и серверами (например, Ethernet), его входы мониторинга также являются унифицированными интерфейсами, которые работают только в режиме приема данных. Поэтому способ и система могут быть реализованы с использованием любой операционной системы и любого WEB-браузера, которые установит абонент на абонентском оборудовании, терминале (компьютере, мобильном телефоне). Подключение системы к оборудованию оператора не требует дополнительно программного обеспечения, только унифицированный порт доступа к локальной сети и два порта мониторинга трафика к ргоху-серверу и серверу подтверждения, например, DNS-сервер или Radius-сервер.

#### Формула изобретения

- 1. Способ доставки целевой рекламы и/или информации операторами связи или провайдерами Интернет, заключающийся в том, что при подключении абонента со своего терминала к сети оператора производят его аутефикацию-идентификацию и проверку прав доступа и открывают канал связи с удаленными базами данных и одновременно с этим в сервере оператора формируют страницу командного кода (WEB-страницу оператора) с последовательностью команд запроса рекламного контента, после получения информационного пакета от абонента, содержащего команду обращения к адресу удаленного ресурса, команду обращения абонента сохраняют и обрабатывают в сервере оператора и вводят в конец последовательности команд запроса рекламного контента страницы командного кода (WEB-страницы оператора), отправляют эту страницу командного кода абоненту, после загрузки страницы командного кода в терминал абонента воспроизводят на средстве отображения терминала рекламный контент, во время его просмотра повторно инициализируют информационный пакет абонента, содержащий команду обращения к адресу удаленного ресурса и отправляют его по каналу связи к удаленным базам данных.
- 2. Способ по п.1, в котором для обеспечения паузы, необходимой для восприятия абонентом рекламного контента и/или информации после повторного инициирования команды обращения абонента, включают программный таймер, по истечении которого производится показ информации, запрошенной абонентом и доставленной во время работы таймера.
- 3. Способ по п.1, в котором показ рекламного контента прекращают после регистрации реакции абонента нажатие на кнопку «Сброс» или иную кнопку, отображаемой на странице рекламного контента.
- 4. Способ по п.2, в котором прекращают работу таймера после регистрации реакции абонента нажатие на кнопу «Выбор», отображаемой на странице рекламного контента.
  - 5. Способ по п.4, в котором инициируют загрузку страницы командного кода

#### RU 2 357 298 C1

рекламодателя, которую демонстрируют абоненту рекламный контент или другую информацию, предоставленную рекламодателем после регистрации реакции абонента - нажатие на кнопку «Выбор».

- 6. Способ по п.5, в котором отображают информацию, которую запросил абонент после реакции абонента нажатие на кнопку «Сброс», которая отображается на странице рекламного контента рекламодателя.
- 7. Способ по п.1, в котором инициируют передачу абоненту страницы командного кода после обнаружения первого запроса абонента.
- 8. Способ по п.1, в котором инициируют передачу абоненту страницы командного кода при условии обнаружении запроса абонента.
  - 9. Способ по п.1, в котором формируют страницу командного кода (WEB-страницу оператора) с последовательностью команд запроса рекламного контента раньше, чем придет аналогичное сообщение от запрошенного информационного ресурса Интернет, при этом, если сообщение с WEB-страницы оператора придет позднее запрошенного информационного ресурса Интернет, оно игнорируется.
- 10. Способ по п.1, в котором последовательность команд запроса рекламного контента реализует ссылки на информационные ресурсы как в локальной сети оператора, так и в глобальной сети Интернет.
- 11. Система доставки целевой рекламы и/или информации операторами связи или провайдерами Интернет, содержащая абонентские терминалы, которые проводными или беспроводными каналами связи подключены к коммутационному оборудованию сети провайдеров Интернет (ISP), первый вход-выход которого подключен к первому входу-выходу сервера доступа к ресурсам Интернет (ргоху-сервер), вход-выход которого подключен к ресурсам Интернет, второй вход-выход ISP подключен к первому входу-выходу модуля управления рекламой для обнаружения и приема информационного пакета от абонента, содержащего команду обращения к адресу удаленного ресурса Интернет и идентификации абонентов по их параметрам в локальной сети оператора, первый вход мониторинга модуля управления рекламой подключен к первому входу-выходу ISP, второй и третий входы-выходы модуля управления рекламой подключены соответственно к серверу статистики и серверу рекламного контента, четвертый вход-выход модуля управления рекламой предназначен для подключения к терминалу управления оператора, а второй вход мониторинга модуля управления рекламой подключен к третьему входу-выходу ISP, который, в свою очередь, подключен к входу-выходу сервера подтверждения для выполнения операций обмена данными с сервером подтверждения, который содержит регистрационные данные абонентов и их параметры в сети.
- 12. Система по п.11, в которой модуль управления рекламой для идентификации пользователей использует индивидуальные параметры пользователя IP адрес порта, IMSI, идентификационные параметры и/или оборудования пользователя, которые присутствуют в сообщениях запроса ресурса Интернет.
- 13. Система по п.11, в которой модуль управления рекламой для идентификации профиля пользователя, параметры оборудования которого обнаружены впервые, запрашивает регистрационные данные сервера подтверждения (например RADIUS-сервер) и сохраняет их на сервере статистики.

45

5

10

