

Annunci mirati di Google in giro per la città

La nuova frontiera della pubblicità? Arriverà da Google.

L'azienda californiana potrebbe essere in procinto di unire tutti i dati che ha sulla navigazione web degli utenti con gli annunci visualizzati su cartelloni pubblicitari in giro per la città.

L'unità di Alphabet Inc. è in trattative in Germania per spingersi verso la pubblicità dei cartelloni digitali.

Sulla base dei dati dell'utente, Google pubblicizzerà advertising su schermi digitali collocati in spazi pubblici quali stazioni ferroviarie, centri commerciali o negozi al dettaglio. Il progetto sarà collegato alla piattaforma di marketing DoubleClick di Google.

Alla fine di aprile, Google ha presentato alle agenzie e alle società dei media una tecnologia che poteva sfruttare il software aziendale di Google, Chrome Enterprise, per commercializzare la pubblicità fuori casa. Oltre alla Germania, la società prevede di utilizzare questo software anche negli Stati Uniti e nel Regno Unito.

Ma come funzionerebbe il sistema? Facciamo un esempio: un treno pieno di tifosi del Borussia Dortmund arriva alla stazione principale di Monaco prima del Bayern Monaco, il cartellone pubblicitario cambia per mostrare scarpini da calcio o birra, mentre un lunedì mattina all'ora di punta mostra annunci di auto Mercedes per pendolari benestanti.

A causa della posizione dominante di Google nei sistemi operativi mobili Android funziona su tre quarti di tutti i telefoni in Europa ed è anche in grado di tracciare le posizioni degli utenti. Per motivi di privacy è improbabile

che sia in grado di indirizzare annunci fuori casa a privati, (*se cercate lingerie online non dovrete avere paura di trovarvi alla fermata dell'autobus con un cartellone che pubblicizza Victoria Secret!*) ma può attirare dati demografici sul tipo di persone che si trovano in un dato luogo in un dato momento.