

Google dokładniej przeświecili Twoje maile

4 kwietnia 2011

Gmail jest w trakcie opracowywania nowego systemu reklam, którego celem będzie badanie zainteresowań użytkowników poczty na podstawie ich zwyczajów mailowych.

Nowa funkcja pojawiła się na niektórych kontach już wczoraj, ale rzecznik Google potwierdził, że będzie ona miała zasięg globalny. Na stronie pomocy można dowiedzieć się więcej o szczegółach projektu.

Google twierdzi, że zawiadomienie będzie przesyłane użytkownikom stopniowo w ciągu następnych kilku dni, ale nowe spersonalizowane reklamy nie zostaną uruchomione jeszcze przez miesiąc. W międzyczasie użytkownicy będą mogli zrezygnować z nowej funkcji poprzez panel ustawień w poczcie Gmail (ustawienie domyślne jest takie, że wyraża się zgodę na nowy typ reklam).

Dotychczas Gmail używał automatycznego systemu zbliżonego do AdSense, który sprawdzał kluczowe słowa w wiadomościach i próbował umieścić odpowiednią reklamę w pasku bocznym. Teraz Gmail uczyć się będzie nawyków klientów poczty, co oznacza wyświetlanie reklam niekoniecznie związanych z czytaniem mailem ale bardziej powiązanych z zainteresowaniami danej osoby.

System stworzony przez Google używać będzie sygnałów podobnych do tych wykorzystywanych przez Priority Inbox, który jest automatycznym systemem wprowadzonym zeszłego września próbującym selekcjonować maile pod kątem ich ważności (biorąc pod uwagę to kto wysłał wiadomość, czy odbiorca przeczytał maila czy oraz jakie słowa klucze pojawiające się w treści wiadomości).

Dzięki nowej funkcji Google ma szansę zmniejszyć ilość reklam

pokazywanych klientom poczty Gmail o jedną trzecią. Co więcej są plany, by użyć jej komercyjnie i powiązać z ofertami i kuponami do wykorzystania przez użytkownika w jego okolicy (podobnie jak robi to np. Groupon).

Opracowanie: Olamus

Na podstawie: techcrunch.com

Źródło: [OSnews](#)