

„Szumy otoczenia” kierują reklamami

22 marca 2012

W wtorek Google, otrzymał patent na „reklamy oparte o uwarunkowania środowiskowe.” Innymi słowy, Google opatentował technikę, w której wykorzystuje czynniki środowiskowe zebrane przez czujniki urządzenia do kierowania reklam do użytkowników.

„Przy określaniu, które reklamy powinny odpowiadać końcowemu użytkownikowi, czynniki środowiskowe mogą być używane niezależnie lub w połączeniu z dopasowanymi słowami kluczowymi związanymi z reklamą i słów kluczowych w zapytań użytkowników,” czytamy w opisie patentu.

„Przeglądarka internetowa lub wyszukiwarka znajdująca się na stronie użytkownika może z czujników uzyskać informacje o środowisku (np. temperatura, wilgotność, światło, dźwięk, skład powietrza). Reklamodawcy mogą określić, że reklamy będą wyświetlane użytkownikom, których warunki środowiskowe spełniają specyficzne kryteria.”

Tak więc Google może teraz dostarczać reklamy docelowe do użytkowników na podstawie otaczającego środowiska. Na przykład określa patent, informacje o temperaturze zebrane przez czujniki telefonu mogą być wykorzystane do wyświetlania reklam klimatyzatorów (jeśli temperatura przekroczy pewien próg) lub zimowego płaszcza (jeżeli temperatura spadnie poniżej pewnego poziomu).

Opracowanie: John P. Mello Jr

Na podstawie: PCWorld

Źródło: [Prison Planet](#)