

Программист и блогер RedGeek, Кирилл Ситнов, поделился информацией о том, как компании используют местоположение пользователей в интернете для настройки рекламы. Он отметил, что это одна из ключевых задач для крупных технологических компаний, таких как Google, «Яндекс» и Microsoft.

Согласно Ситнову, чтобы предложить рекламу, точно соответствующую интересам конкретного человека, компании могут даже использовать данные с его микрофона. Он привёл пример, как после длительного разговора о каком-то товаре, например, детской коляске, в интернете начинают появляться соответствующие рекламные объявления.

По мнению эксперта, главная цель таких действий — предоставить пользователю наиболее актуальные и интересные предложения. Собирая данные о местоположении, компании также могут рекомендовать ближайших продавцов, что делает рекламу ещё более целевой.