

Генеральный директор Perplexity Аравинд Сринивас объявил, что компания разрабатывает браузер Comet, который будет собирать данные о всех действиях пользователей в интернете для продажи «гиперперсонализированной» рекламы.

В интервью подкасту TBPN Сринивас пояснил, что существующие запросы в приложении Perplexity, часто связанные с работой, не дают полной картины интересов пользователей. Браузер позволит отслеживать, что люди покупают, какие отели и рестораны посещают, и какие сайты просматривают, создавая детализированные профили для таргетинга рекламы.

Comet, запуск которого намечен на май после задержек, станет вторым ключевым продуктом Perplexity после её ИИ-поисковика. Сринивас считает, что пользователи примут трекинг ради более релевантной рекламы, подражая модели Google, чья капитализация достигла 2 трлн долларов благодаря сбору данных. Perplexity также заключила партнёрство с Motorola, предустанавливая своё приложение на смартфоны Razr, и ведёт переговоры с Samsung.

Однако такой подход вызывает вопросы о приватности. В условиях, когда пользователи в США и Европе всё больше беспокоятся о защите данных, массовая слежка может встретить «сопротивление».