

На конференции **Advertitising Week 2011** в Торонто топ-менеджеры рекламного направления Google предсказали семь основных тенденций развития интернет-рекламы в ближайшем будущем. Компания продемонстрировала технологию, которая показывает разную рекламу автомобиля в зависимости от того, находится ли зритель в солнечном или дождливом месте, является мужчиной или женщиной и предпочитает спорт или шоппинг. Эта технология позволяет миллионы вариаций — разные элементы будут меняться в зависимости от доступной информации. Условие работы технологии — просмотр пользователем рекламы в режиме реального времени.

По мнению Барри Зальцмана, директора Google по медиа и платформам, рекламодатель сможет измерить любой маркетинговый показатель. Появится возможность производить анализ эмоций потребителей, тон их комментариев о конкретном продукте. Реклама станет социальной — пользователи смогут комментировать, оценивать рекламное сообщение, делиться им, что позволит рекламодателю лучше понимать и увеличивать эффективность коммуникации.