



radioitalia.it

Mercato Google punta sulla velocità dei download nella ricerca e negli annunci

Al via sperimentazione per scaricare applicazioni direttamente dal servizio proprietario Search. Con il nuovo AMP, su cui sono stati sollevati dubbi intorno ai formati adv, tempi ridotti dell'85%

Google starebbe sperimentando una nuova funzionalità che consente agli utenti di scaricare applicazioni direttamente dall'app Search, nel tentativo di rendere l'esperienza di navigazione più veloce e immediata. Lo strumento permette di bypassare il servizio Google Play e sarebbe in fase di test su un limitato gruppo di persone con dispositivi Android e solo sull'app.

NOVITÀ SU AMP

Nelle prossime settimane, intanto, dovrebbe partire l'iniziativa Accelerated Mobile Pages (AMP) di Google, ma gli interrogativi per gli editori coinvolti sono ancora tanti. Il più grande sembra essere quello legato ai formati pubblicitari, AMP infatti non può ospitare tutti i formati, limitandone così le possibilità di monetizzazione. AMP che fa capo a Google ma inclu-

de anche Twitter e Pinterest, ha stretto una serie di partnership tecnologiche per dare agli editori non solo la possibilità di avere pagine mobili facili da usare, ma anche maggior controllo sulla loro monetizzazione. Ma alcuni editori si chiedono se avranno lo stesso controllo di quello sui loro siti o maggiore di quello offerto da Facebook Instant Articles e Apple News. Altri han-

no espresso preoccupazioni per la possibilità di monetizzare le pagine AMP quando, per tradizione, gli annunci più costosi sono anche quelli meno AMP-friendly perché hanno bisogno di più tempo per caricarsi. Molti editori stanno cercando di ridurre i tempi di caricamento, ma Google ha detto di essere stato in grado di abbassare i tempi di caricamento dell'85%, probabilmente

molto di più di quanto i publisher siano in grado di fare da soli. La convinzione diffusa è che, poiché l'algoritmo di Google favorisce la velocità, gli editori che non sono AMP-ottimizzati non saranno favoriti nei risultati di ricerca. Google non ha fatto segreto del fatto che AMP potrà essere un modo per scoraggiare i formati di annunci che rallentano il tempo di caricamento della pagina.

Vertical
DailyNet

Il periodico d'approfondimento che esplora i possibili scenari dell'innovazione digitale

Quattro focus differenti per indagare i fronti più caldi della digital disruption

Per info: marketing@ediforum.it