In che modo Google riutilizza i dati bancari di Mastercard

Per affinare il suo servizio pubblicitario, **Google** ha creato un ponte fra le campagne pubblicitarie online e gli acquisti reali che avvengono in negozio. Fra i partner più preziosi in questo ambito, **Mastercard** da più di un anno trasmette a Google, che paga per i dati in questione, uno storico delle transazioni anonimizzate di gran parte dei suoi clienti americani. L'annuncio dell'accordo segreto fra Google e Mastercard ha fatto molto rumore, con una pioggia di accuse nei confronti del motore di ricerca di violazione della privacy dei consumatori americani ignari, secondo quanto riportato da *Bloomberg* e ricostruito da Bfmtv.com.

In sostanza, l'accordo fra Google e Mastercard è finalizzato a comprendere meglio le abitudini di acquisto (reale) dei clienti del circuito di carte di credito per verificare l'efficacia delle campagne pubblicitarie online. In altre parole, monitorando gli acquisti in negozio, Google è in grado di calcolare l'efficacia delle pubblicità in Rete e di rivendere ai suoi inserzionisti queste informazioni sull'efficacia delle loro campagne online.

In concreto, Google è in grado di associare i profili degli utenti anonimizzati agli acquisti effettuati in negozi fisici. Associando questi dati, il motore di ricerca può fornire agli inserzionisti dei risultati cifrati sull'efficacia delle loro campagne pubblicitarie online, e sul grado di conversione delle campagne e dei click online in vendite reali in negozio.

Soltanto i clienti americani di Mastercard sono oggetto dell'accordo, siglato da un anno. Si tratta di clienti Mastercard che devono comunque disporre di un account Gmail e che devono aver dato il consenso all'utilizzo a scopi commerciali dei loro dati nei parametri dell'account.

Ma c’è un problema: i clienti di Mastercard non sono stati messi al corrente di questa pratica commerciale e dell’accordo siglato con Mastercard.

Analizzato fino al 70% delle transazioni bancarie

Mastercard e Google finora non hanno voluto commentare l’accordo. Tuttavia, Google garantisce che il programma non consente l’accesso alle informazioni personali e ai dati sull’identità degli utenti. Nemmeno l’ammontare delle spese effettuate in negozio sarebbe stato oggetto dell’accordo. Ciò nondimeno, la portata della partnership è enorme, visto che nel 2017 un quarto delle transazioni concluse negli usa nel 2017 è stata effettuata con Mastercard, secondo i dati di **Nilson Report**, citati da Bloomberg.

Di fatto, il servizio lanciato da Google un anno fa per misurare le vendite concluse in negozio negli Usa darebbe accesso alle abitudini di acquisto del 70% dei possessori di carte di credito e di debito presenti sul mercato che riguarderebbero anche altri circuiti oltre a Mastercard.

La misura dell’efficacia delle pubblicità online è strategica anche per le grandi piattaforme del web, che fanno della pubblicità in Rete la loro arma principale.

A giugno 2016 **Facebook** aveva annunciato di essere pronta all’utilizzo dei dati di localizzazione dei suoi membri per determinare in quali negozi si trovino. Il tool denominato “Local Awarness” sfrutta i dati del Gps o i segnali del WiFi per arrivare ad una precisa geolocalizzazione dei membri del social per veicolare pubblicità mirate.

The post In che modo Google riutilizza i dati bancari di Mastercard appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/in-che-modo-google-riutilizza-i-dati-bancari-di-mastercard/230637/