

AdSense for Mobile: la pubblicità si fa mobile

La pubblicità sui dispositivi mobili è uno dei business più promettenti del futuro. Lo dimostra il susseguirsi di manovre che i principali big del settore stanno compiendo. Tra questi Google, che amplia il proprio servizio AdSense anche per i cellulari.

AdSense for Mobile: la pubblicità si fa mobile

La pubblicità sui dispositivi mobili è uno dei business più promettenti del futuro. Lo dimostra il continuo susseguirsi di manovre che i principali big del settore stanno compiendo negli ultimi tempi. Tra questi non poteva mancare Google che da qualche tempo ha ampliato il proprio servizio *AdSense* anche al campo dei siti per cellulari e dispositivi mobili.

Dopo una breve fase di testing, Google ha finalmente annunciato la disponibilità del programma AdSense for Mobile, studiato per pubblicare messaggi pubblicitari sulle pagine web pensate per i dispositivi mobili.

Il meccanismo è simile a quanto offerto dagli altri servizi AdSense: il sistema analizza i contenuti delle pagine web e invia messaggi pubblicitari inerenti ai contenuti pubblicati. Il servizio offre inoltre un elemento nuovo: il **click-to-call**, attraverso il quale è possibile con un singolo click effettuare una chiamata telefonica all'azienda che ha pubblicato l'annuncio.

AdSense for Mobile attualmente è disponibile in 13 nazioni: Stati Uniti, Inghilterra, Francia, Germania, Spagna, Irlanda, Russia, Olanda, Australia, India, Cina e Giappone.

Cos'è AdSense for Mobile

AdSense for Mobile è un programma che consente ai publisher di generare entrate pubblicando annunci Google mirati sulle proprie pagine web per cellulari. Viene riconosciuto un compenso quando un visitatore del sito web fa clic su un annuncio. Come AdSense per i contenuti, dedicato alla pubblicità per le pagine web, anche AdSense for Mobile propone annunci Google pertinenti agli argomenti trattati sui siti, l'unica differenza è che in questo caso si tratta di siti web per cellulari.

Per partecipare ad AdSense for Mobile basta disporre di un sito web per cellulari conforme alle norme del regolamento Google consultabili sul sito. I publisher AdSense possono generare il codice AdSense for Mobile e utilizzarlo immediatamente. È sufficiente accedere al proprio account AdSense, per ottenere il codice da inserire nelle proprie pagine web. Oltre al regolamento del programma standard occorre rispettare le seguenti norme e linee guida:

- 1) Le pagine web devono essere conformi agli standard per i cellulari;
- 2) È possibile utilizzare uno dei seguenti linguaggi di marcatura per le pagine web mobile:
 - o WML (WAP 1.x)
 - o XHTML (WAP 2.0)
 - o CHTML (imode, ecc.)
- 3) Il sito web per cellulari deve poi essere sviluppato con un linguaggio di scripting lato server, come PHP, ASP, JSP, ecc.

Per ulteriori informazioni riguardo all'argomento, conviene consultare le informazioni sui criteri di pubblicazione degli annunci mobile presenti sul sito di Google.

Caratteristiche degli annunci

Al momento, gli annunci per cellulari sono disponibili in due formati di testo:

- Singolo, contenente un annuncio
- Doppio, contenete due annunci

La pubblicità paga

Oltre a Google, altre aziende stanno sviluppando il proprio business sul mobile. Ad esempio, Blyk: gli utenti che sono disposti a ricevere 6 mms pubblicitari al giorno possono disporre di 217 messaggi e 43 minuti di chiamate gratis ogni mese. L'offerta di Blyk attualmente è valida solo in Gran Bretagna, ma l'azienda sta prendendo in considerazione anche altri Paesi europei, tra cui l'Italia. Vale la pena di sottolineare che dietro Blyk c'è un ex presidente di Nokia, e tra gli sponsor ci sono nomi come Coca-Cola, L'Oreal Paris e Buena Vista. Altro caso interessante è Puddin di Puddingmedia. La piattaforma è in grado di mandare pubblicità all'utente in base al contenuto della conversazione. Questo avviene grazie a un sistema di riconoscimento vocale. Una nutrita serie di acquisizioni recenti dimostra che anche i big sono interessati ad avere un posto in un mercato che, secondo Abi Researh, nel 2011 varrà 19 miliardi di dollari. Tra queste ricordiamo l'acquisto da parte di Nokia di Enpocket: società specializzata in pubblicità mobile che ha tra i propri clienti nomi del calibro di Vodafone e Telefonica. Mentre Microsoft ha acquisito ScreenTonic e Third Screen Media è finita nelle mani di Aol.

I singoli annunci possono contenere 24-36 caratteri (in base alla lingua in cui vengono elaborati), seguiti da un URL di destinazione facoltativo. Gli inserzionisti possono offrire ai clienti l'opportunità di mettersi direttamente in contatto telefonico; in questo caso viene visualizzato un collegamento per la chiamata in corrispondenza dell'URL di destinazione.

L'insieme di annunci AdSense for Mobile può essere posizionato in qualsiasi pagina web compatibile con il regolamento. È possibile visualizzare solo un insieme di annunci AdSense Mobile per ogni pagina web mobile.

Gli insiemi di annunci "doppi" possono essere posizionati esclusivamente alla fine della pagina e vengono visualizzati sopra al piè di pagina (ad esempio link per la navigazione, messaggio di copyright, ecc.).

Gli annunci non possono essere modificati od oscurati. Una volta che l'utente ha fatto clic su un annuncio, non è consentito interrompere, né impedire la visualizzazione della pagina di destinazione dell'inserzionista. Non è possibile, ad esempio, proporre le proprie pagine interstiziali prima di indirizzare gli utenti al sito web dell'inserzionista.

Come nella versione standard di AdSense anche qui è possibile utilizzare il Filtro degli annunci. Basta aggiungere l'URL dei siti degli annunci nell'elenco dei filtri e selezionare la sottoscheda del prodotto per AdSense per cellulari. Allo stesso modo sono disponibili i rapporti di AdSense Mobile, grazie ai quali si possono elaborare statistiche su impressioni, clic, percentuale di clic, CPM (Click per XXXXX) ed entrate totali.

Realizzare un sito per cellulari

A titolo di esempio, è possibile realizzare un semplice sito Web mobile di poche pagine. Per semplicità, si potrebbero inserire gli annunci di AdSense all'interno della homepage. Questo il possibile codice della pagina:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//WAPFORUM//DTD XHTML Mobile 1.0//EN"
"http://www.wapforum.org/DTD/xhtml-mobile10.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<title>Mobile Web Design</title>
```

Mobile Web Design

Nel maggio del 2005, annunciando il lancio della Mobile Web Initiative (MWI), Tim Berners Lee, direttore del W3C (World Wide Web Consortium), riconobbe nei dispositivi mobili attori di primaria importanza e dichiarò l'intento del Consorzio di impegnarsi nello sviluppo di materiali utili a migliorare la fruizione del Web dai dispositivi mobili. La presenza nel comitato di aziende come Nokia, Ericsson, France Telecom, Vodafone e NTT DoCoMo, fa sperare che l'iniziativa, se portata avanti con spirito unitario, possa condurre a risultati positivi. Al momento le soluzioni più adatte alla realizzazione di pagine web sono, a parere di molti, sostanzialmente due:

1. Progettare un solo sito che usi fogli di stile ad hoc per il mobile
2. Disegnare un sito con codice e immagini espressamente ottimizzati per il mobile

La prima opzione è vista dai supporter degli standard come il metodo migliore per creare siti adatti al mobile. Purtroppo però, il supporto ai fogli di stile handheld sui dispositivi mobili non è oggi così vasto. E, cosa ancora più importante, questi fogli di stile hanno a che fare con questioni di carattere estetico piuttosto che con il contenuto e il contesto d'uso.

```
<link href="css/stile.css" rel="stylesheet" type="text/css" />
<meta http-equiv="Cache-Control" content="max-age=300" />
</head>
<body>

<h1></h1>

<h1>AdSense</h1>

<p>Ora anche su cellulare!<br />
  <a href="adsense.html" title="AdSense">Scopri come &raquo;</a></p>
</body>
</html>
```

Inizialmente si potrà salvare il file come **"index.html"**. In un secondo momento sarà necessario modificare il formato dei file contenenti gli annunci pubblicitari. Fino ad allora ci si può limitare a realizzare allo stesso modo le altre pagine che compongono il sito.

Pubblicare gli annunci

Così come per la versione classica di AdSense, una volta realizzato e pubblicato il sito, è possibile inserire gli annunci AdSense all'interno delle pagine del sito "web-mobile". Naturalmente è necessario disporre già di un account AdSense, in caso contrario è possibile richiederlo gratuitamente presso Google. La procedura non necessita di spiegazioni essendo davvero molto semplice e alla portata di tutti. Nel giro di pochi giorni, il sito verrà testato da Google per verificare che rispetti le norme del regolamento. Una volta affiliati al programma, sarà possibile accedere al proprio account AdSense. Qui si potrà scegliere tra le diverse impostazioni disponibili. Una volta scelta la voce AdSense per cellulari, il passo successivo consiste nel scegliere il tipo di formato degli annunci, specificare il linguaggio di marcatura utilizzato (ad esempio xhtml WAP 2.0) ed eventualmente personalizzare i colori degli annunci. Nella pagina successiva è possibile selezionare una serie di criteri per monitorare il rendimento degli annunci. AdSense mette a disposizione due tipi di criteri di monitoraggio: i criteri

Ci si riferisce a questo problema con l'espressione *miniaturizzare vs. mobilitare*. Miniaturizzare significa considerare l'ambiente del web mobile come una sottocategoria del web da desktop. Dall'altro lato, mobilitare significa costruire il sito in funzione delle specifiche esigenze degli utenti mobili. E questo dovrebbe condurre a preferire, almeno idealmente, la seconda opzione. Nella realtà, le cose sono leggermente più complesse. Chi fosse interessato a saperne di più a tal riguardo, può leggere il bell'articolo *Mobile Web Design - The Series* di Cameron Moll e Brian Fling. Pubblicato originariamente su <http://www.cameronmoll.com>, è ora disponibile in lingua italiana presso il portale html.it.

URL, rapporti per domini, sottodomini e pagine, e i criteri personalizzati per rapporti ancora più dettagliati e specifici. I criteri URL sono utilizzati per monitorare i rendimenti degli annunci in un intero dominio o sottodominio, all'interno di directory o in singole pagine. I criteri personalizzati possono essere utilizzati per sapere quali colori, formati e posizionamenti degli annunci producono i migliori risultati sul sito. Trattandosi di un'opzione dai risultati non immediati, è anche possibile trascurare di impostare i criteri in un primo momento e passare alla pagina successiva. Qui, finalmente, si ottiene il codice utile alla visualizzazione degli annunci. Poiché AdSense per cellulari necessita dello scripting lato server, occorre indicare il tipo di linguaggio utilizzato tra i seguenti:

- ASP versione 3.0 o successiva
- PHP versione 4.3.0 o successiva
- JSP versione 1.2 o successiva
- CGI/Perl versione 5.8 o successiva

Selezionando una delle voci il codice corrispondente apparirà nell'area di testo sottostante. Non resta che copiarlo integralmente e incollarlo all'interno della propria pagina web. Il codice può essere incollato in qualunque punto della pagina. Una volta incollato il codice, è necessario salvare la pagina web non più in formato **html** ma nel formato del linguaggio server del codice (asp, php, jsp, ecc).

Se il codice è stato implementato correttamente, gli annunci Google cominceranno ad apparire quasi subito. Inizialmente verranno visualizzati annunci del servizio pubblico. In seguito, nell'arco di circa 48 ore Google eseguirà una scansione del sito. Nel caso si presentassero dei problemi, occorre assicurarsi innanzitutto di aver copiato e incollato il codice correttamente e senza alcuna modifica.

Per sicurezza è possibile ripetere la procedura per ottenere un nuovo codice. Qualora i problemi persistessero conviene consultare la **Procedura guidata per la risoluzione dei problemi** (www.google.com/services/troubleshooting/cookies_cache.html) oppure il **Centro assistenza clienti** Google (www.google.com/adsense/support/).



La pagina di esempio visualizzata all'interno di un dispositivo.

Adobe Device Central

La creazione di una semplice pagina web per il mobile non è molto diversa da quanto un Web designer è abituato a fare normalmente. A complicare le cose c'è il fatto che, al momento, sul mercato esistono quasi 50 diversi browser per dispositivi mobili. Questo può rendere i test molto dispendiosi e spesso poco pratici. Può allora essere d'aiuto in tale compito il recente software di casa Adobe dedicato allo sviluppo di applicazioni per dispositivi mobili: **Device Central**. Il software offre un modo facile per creare e visualizzare in anteprima il contenuto su diversi dispositivi. Device Central visualizza anteprime realistiche di un'ampia gamma di dispositivi mobili che mostrano l'aspetto dei dispositivi e del contenuto in essi visualizzato. Ciò permette di simulare interazioni reali in maniera abbastanza affidabile, incluso il test di vari livelli di prestazioni, di memoria e di varie opzioni di consumo energetico e di illuminazione. I dispositivi disponibili in Device Central sono organizzati in un'apposita libreria. Ogni dispositivo è associato a un profilo contenente informazioni riguardanti le caratteristiche



del dispositivo stesso e i tipi di contenuto supportati. È possibile effettuare ricerche e confronti fra i dispositivi disponibili oltre che creare set personalizzati dei dispositivi più usati. Device Central crea l'anteprima delle pagine Web mediante la tecnologia Small-Screen Rendering di Opera. Anche se questo offre già un buon livello di simulazione, occorre sempre tener presente che nella realtà il software può essere preinstallato o meno sul dispositivo. A tale proposito, è possibile scaricare gratuitamente il vero e proprio mini browser Opera presso il sito del produttore. Trattandosi di un software formato Java, può

praticamente essere installato su qualunque cellulare che supporti questa tecnologia. In generale, conviene sempre semplificare il più possibile le pagine Web per dispositivi portatili. In particolare, è bene utilizzare un numero minimo di font, di dimensioni e di colori del carattere. La riduzione delle dimensioni delle immagini e del numero di colori aumenta la possibilità che le immagini vengano visualizzate come richiesto. Meglio anche specificare altezza larghezza esatte per ciascuna immagine e inserire il testo di descrizione alternativo.

