



Stop alle storie sponsorizzate: Facebook dal 9 aprile chiude le “sponsored stories”.

di Paolo Franzese

“Paul ha fatto “mi piace” sulla pagina ...”, “Francesco parteciperà all’evento...”, “Jennifer si trova...”. Quante volte ci sono apparsi questi messaggi sulla nostra **bacheca di Facebook**?

Si tratta di annunci legati alle interazioni di un utente con le **pagine sponsorizzate** che spingono a cliccare o a prestare attenzione grazie al fatto che sono effettuate da un elemento facente parte della nostra cerchia di **amici di Facebook**. Sono le “**sponsored stories**” o **storie sponsorizzate** che hanno costretto Facebook a pagare numerosi danni causati da **abusi sulla privacy**.

Facebook ha deciso di chiudere con le “sponsored stories” dal 9 aprile 2014.

Questo, ovviamente, non significa che verranno eliminate le **notizie sponsorizzate di Facebook Ads**, ma solo modificate, ridefinendo il concetto di targeting su un contesto sociale che agirà su 4 aree chiave che si sommeranno tra loro creando un **target** di utenza più preciso.

Pertanto gli **annunci sponsorizzati** compariranno sulla Newsfeed e nella colonna di destra senza mostrare l’utente e la foto che avrà dato il suo “**like**” ciò senza impedire a **Facebook** di orientare la pubblicità in modo mirato.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 17 Gennaio 2014