

Windowsista tulee verkkobrändi

1.3.2006 09:59 — Annamari Typpö

Microsoft tekee Windowsista verkkobrändin. Yhtiö kokoaa yhteydenpito-, haku- ja blogipalvelunsa uuteen Windows Live -ympäristöön, joka korvaa suuren osan suosituista MSN-palveluista.

Esimerkiksi MSN Hotmail -sähköpostipalvelu muuttuu Windows Live Mailiksi ja MSN Messenger -pikaviestipalvelu Windows Live Messengeriksi. MSN-brändi jää toimituksellista sisältöä tarjoavan portaalin käyttöön.

MSN:n aluejohtajan **Geoff Suttonin** mukaan muutoksen taustalla on digitalisoituminen, joka siirtää myös ohjelmistokaupasta yhä suuremman osan verkkoon.

- Tutkimustemme mukaan internetin suurkäyttäjät, joita on lähes neljännes kaikista käyttäjistä, elävät elämänsä yhä enemmän verkossa. He tuovat myös 70-80 prosenttia verkkokaupan tuloista. Haluamme palvella tätä uutta sukupolvea ja kiihdyttää samalla tuotekehityksen ja -jakelun tahtia, Suomessa vierailut Sutton selittää.

Windows Livessa myös ulkopuoliset ohjelmistokehittäjät ja mainostajat voivat tuottaa erilaisia palveluja ja sovelluksia kuluttajia varten. Vielä testivaiheessa olevassa palvelussa on jo parisataa sovellusta säätiedoista pörssikursseihin.

Suttonin mielestä verkkomainosmarkkinat ovat houkutteleva pelikenttä. Vielä neljä vuotta sitten Microsoft piti MSN:n pääasiallisena tulonlähteenä käyttömaksuja. Nyt raha tulee mainoksista.

MSN ryhtyy myymään mainoksia myös Microsoftin muihin verkkopalveluihin, kuten Office Liveen, Xbox Liveen ja Microsoft.comiin.

- Verkkomainonta tarjoaa Microsoftille valtavasti mahdollisuuksia. Aiemmin pidimme markkinointia ja mainontaa MSN:n bisneksenä, mutta nyt se on ehdottomasti koko Microsoftin bisnestä. Minun unelmani on, että MSN:stä tulee Microsoftin kasvumoottori, Sutton sanoo.

MSN toimii 41 maassa 26 kielellä. Suomessa se tavoittaa

Microsoftin mukaan viikoittain 1,4 miljoonaa eri käyttäjää. MSN Messengerillä on maailmanlaajuisesti 170 miljoonaa ja Suomessa yli miljoona käyttäjää. MSN Hotmailia käyttää maailmanlaajuisesti 200 miljoonaa ihmistä.

Suttonia MSN-brändin väistyminen taka-alalle ei kuitenkaan pelota. Microsoftin tekemät tutkimukset osoittavat hänen mukaansa, etteivät käyttäjät piittaa nimenmuutoksesta, kunhan palvelu itsessään pysyy ja kehittyy edelleen.

- Onhan siinä tietenkin riskinsä. Toisaalta pitää myös muistaa, että Windows on erittäin vahva brändi. Sen brändipääoma tuo verkkotoimintoihimme valtavasti lisätehoa, Sutton uskoo.

<http://www.digitoday.fi/data/2006/03/01/windowsista-tulee-verkkobrändi/20065269/66>