

## Google(kin) ärsyttää

6.1.2008 07:20 — Kari Tyllilä

Olen alkanut huomata itsessäni kummallisia piirteitä: kun aiemmin minua ärsyttivät pelkästään nettisivuilla vilkkuvat silmää kääntävät mainosteksteet, nyt myös Googlen mainostekstit pistävät vihaksi.

**Aikaisemmin suhtauduin** tekstimainoksiin upeana innovaationa, olivathan ne sopivan huomaamattomia ja silti palveluallttiita. Kuin tasokkaan ravintolan hovimestari - aina läsnä kun tarvitaan, mutta poissa silmistä, kun haluaa olla rauhassa.

**Vilkkuvat bannerit** taas ovat kuin käsi ojossa odottava portsari, jolle kelpaa vain kilisevä tai mielummin kahiseva palvelun lunnaaksi. No, niitähän ei onneksi enää juuri näe, portsareita siis.

Täytyy myöntää, että lisäsympatiaa on tuonut myös "mitä minä sanoin" - efekti: jo esihistoriallisina aikoina, siis ennen www-nettiä, ideoin entisen työpaikkani sähköisiin palveluihin tekstimainoksia. Eivät ne myyntimiehille kelvanneet, olisivatko kelvanneet asiakkaillekaan. Rungas vuosikymmen tarvittiin, ja meno on toinen - mitä minä sanoin!

**Mutta nyt.** Meni miltei sivustolle kuin sivustolle, oikea laita tai sivun alaosa on täynnä mitä kummallisimpia linkistöjä, joitten yhteyttä sivun sisältöön ei ihan heti havaitse.

Tekstit vilisevät kirjoitus vihreitä, kehotuksia, tunkkaista kehua ja tunkeilevia ehdotuksia. Ja linkin takaa voi löytyä - niin ihan mitä vain.

**Edes postissa** - tietysti gmail - ei saa olla rauhassa. Viestisi käydään huolella läpi, poimitaan sieltä avainsanat, ja kas, kohta ruudun laita on tekstiä ja linkkejä mustanaan karpäpaperin lailla. En tiedä, mutta epäilen, että jonkinlainen tekstianalysointiohjelma on käytössä. Onneksi ei sentään ihmisvoimin toteutettu, vaan automaattinen.

Jos joka iikalla pitää nyky maailmassa olla blogi, kohta jokaisella pitää olla myös Google-mainos. Pelastakaa!

**Yksi Googlen nerokkaimmista** ideoista on ollut se, että

---

pienellä vaivalla, pienillä kustannuksilla ja omatoimisesti saat sanomasi esille asiayhteydessä, jossa se todennäköisesti herättää lukijan kiinnostuksen. Todellinen markkinointiviestijän märkä uni siis.

Tämä idea on tehnyt myös **Larry Pagesta** ja **Sergey Brinistä** miljardöörejä. Ehkä siis olenkin vain kateellinen.

**Mutta aina on** kehittämisen varaa. Siksi odotankin seuraavan sukupolven tekstimainontaa, joko olisi nykyistä kohdistetumpaa, virikkeellisempää ja palvelualttiimpaa. Todellista hyötymainontaa siis.

Varmasti sitä kehitetään jo monillakin tahoilla. Olisihan jo muidenkin aika rikastua kuin Pagen ja Brinin.

*Kirjoittaja on vapaa toimittaja, joka on toiminut aiemmin myös it-alan lehden ja sähköisen julkaisun päätoimittajana.*

<http://www.digitoday.fi/mielipide/2008/01/06/googlekin-arsytaa/2008371/66>