

## Tämä mainos maksoi Googlelle viisi miljoonaa dollaria

8.2.2010 16:23 — Perttu Pitkänen  
[perttu.pitkanen@sanoma.fi](mailto:perttu.pitkanen@sanoma.fi)

Google mainosti ensimmäistä kertaa televisiossa jo suosittua hakukonettaan. Googlen arvellaan maksaneen viisi miljoonaa dollaria noin minuutin mainosajasta Super Bowl -jalkapalloturnauksen katkolla.

Googlen yksinkertainen mainos maanantaiyönä Suomen aikaa pelatun Super Bowl -turnauksen tauolla on herättänyt hämmästyttä.

Tämä oli ensimmäinen kerta, kun Google mainosti hakukonettaan televisiossa.

"Hell has indeed frozen over" - Helveti on todellakin jäänyt, kommentoi myös Googlen toimitusjohtaja **Eric Schmidt** kertoessaan mainoksesta [Twitter-viestissään](#)

Mainosaika Super Bowlin katkoilla on pahamaineisen kallista. Puolen minuutin mainosaika maksaa noin 2,5 miljoonaa dollaria eli yli 1,8 miljoonaa euroa.

Kaiken lisäksi mainosvideo on ollut nähtävissä YouTube-videopalvelussa jo kolmen kuukauden ajan.

<object width="560" height="340"></object> [Netmarketshare -palvelun mukaan](#) Googlen hakukoneella tehdään lähes 86 prosenttia maailman nettihauista.

*Miksi Google mainosti juuri nyt televisiossa huikkealla summalla hakukonetta, joka jo nyt on ylivoimaisesti maailman suosituin?*

[Schmidt on selitellyt päätöstä Googlen blogissa](#) Schmidtin mukaan mainosta ei alunperin tarkoitettu televisioon, vaan se oli yksi osa verkkovideoiden sarjaa, joilla haluttiin esitellä Googlen tuotteita.

Googlen hakukonetta esittelevä " [Parisian Love](#) " - video sai verkossa paljon positiivista huomiota, ja siitä

---

pidettiin myös Googlen sisällä, joten yhtiö päätti halusi jakaa sen laajemmalle yleisölle, Schmidt kirjoittaa.

Searchengineland.com -verkkosivustolle kirjoittava **Danny Sullivan** sen sijaan epäilee paljon raadollisempaa syytä. Sullivanin mukaan Googlella ollaan huolestuneita Microsoftin viime kesäkuussa avaamasta [Bing-hakukoneesta](#).

Jo viikko Bingin julkistamisen jälkeen Google julkisti uuden [Explore Google Search -sivun](#), jolla selitettiin tarkemmin Googlen hakukoneen ominaisuuksia ja käyttötapoja.

Netmarketshare -palvelun mukaan Bingin osuus verkkohauista on vain vähän yli kolme prosenttia.

Microsoft on kuitenkin varteenotettava kilpailija. Heinäkuussa Microsoft ja Yahoo tekivät 10-vuotisen sopimuksen, jossa Yahoo vaihtaa hakukoneensa Microsoftin Bing-hakukoneeseen ja ryhtyy huolehtimaan hakumainosmyynnistä.

Myös [Applen arvioidaan neuvottelevan Microsoftin kanssa](#) siitä, että se vaihtaisi iPhonensa oletushakukoneeksi Microsoftin Bingin nykyisen Googlen tilalle.

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2010/02/08/tama-mainos-maksoi-googlelle-viisi-miljoonaa-dollaria/20101948/66>