

Google-pomo: Nokialla väärä asenne kännykkämainontaan

27.2.2012 15:41 — Perttu Pitkänen, Barcelona

Googlen mobiilimainosliiketoimintaa vetävän Jason Speron mukaan Nokia ei ole löytänyt oikeita keinoja valloittaa mobiilimainosmarkkinoita. Googlelle mobiilimainonta on erittäin tuottavaa.

Google ansaitsi viime syyskuussa päättyneen tilivuoden aikana 2,5 miljardia dollaria mobiilimainoksista. Summa oli yli kaksinkertainen edelliseen tilivuoteen verrattuna, ja Google-johtaja **Jason Spero** uskoo kasvun vain jatkuvan.

- Mainonta kasvaa kuluttajavetoisesti, ja mainostajat tulevat taitavammiksi, Spero kertoo *Taloussanomien* haastattelussa Barcelonan matkapuhelinmessuilla.

Nokia taas ilmoitti tammikuun lopussa myyvänsä mobiilimainontaan erikoistuneen [Enpocket-yhtiönsä](#), jonka se oli ostanut viisi vuotta aiemmin.

- Nokian haasteena oli, että siltä puuttui mainontaan tarvittava ajattelutapa. Nokia tekee hienoja laiteita, mutta se kamppaili ymmärtääkseen mobiilimarkkinointia, Spero sanoo.

Kulttuurisesti Google on enemmänkin asennoitunut tiedon käyttämiseen mainosten tarjoamisessa. Vaikeaa se on Googlen asiakkaillekin eli suurille yrityksille.

- Yhdysvalloissa yrityksillä on paljon tehtävää. Meidän täytyy valmentaa heitä, pitää heitä kädestä.

Speron mukaan esimerkiksi vain 29 prosentilla suurimmista asiakkaista on erityinen mobiilisivusto.

Pohjoismaiden markkinatkiinnostavat Googlea

Google tarjoaa yrityksille ilmaiseksi apua mobiilisivustojen laatimiseen niin, että käyttäjä löytää ne helpoimmin. Varsinainen myyntituote ovat hakujen kärkeen sijoitettavat mainokset.

- Mainos voi olla yksinkertainen linkki, mutta mainoksesta voi myös soittaa suoraan kauppaan, tai linkata karttaan,

joka näyttää lähimmän kaupan ja käyttäjän sijainnin, Spero kertoo.

Viisi kertaa Suomessa vierailut Spero on kiinnostunut myös Pohjoismaiden mainosmarkkinoista.

- Suomi ja Japani ovat teknisesti erittäin kehittyneitä maita, joten seuraamme kehitystä siellä. Väkiluku tosin rajoittaa isojen markkinoiden syntyä, mutta kun on käyttäjiä ja teknisiä edellytyksiä, niin myös markkinat seuraavat, Spero arvioi.

Japani taas on Speron mukaan muuttunut viimeisen puolen vuoden kuluessa paljon. Ennen mobiilialan edelläkävijänä pidetty maa joutuu nyt saavuttamaan muita.

- Japanilaiset ovat kuitenkin vaihtaneet viimeisen puolen vuoden aikana älypuhelimiin hurjaa tahtia, ja uskomme, että se on pian viiden suurimman mobiilimainosmarkkinan joukossa.

<http://www.digitoday.fi/mobiili/2012/02/27/google-pomo-nokialla-vaara-assenne-kannykkamainontaan/201224059/66>