



Google – mistrovský kousek marketingu

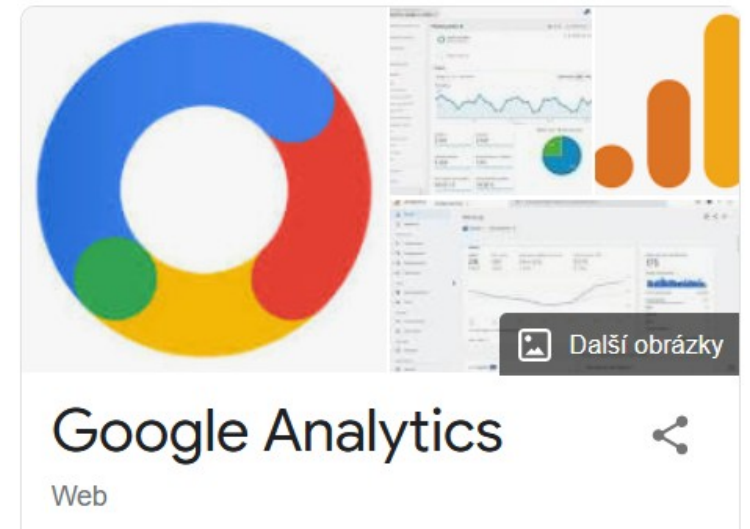
Jitka Kampasová

Google

- Založili **1998** dva studenti
- Název **Googol** lze vyjádřit jako 1 následovanou 100 nulami
- Poslání: „ ***Organizovat informace celého světa a učinit je univerzálně přístupnými a užitečnými***“
- ***Online inzerenti*** – první příjmy společnosti v podobě placeného vyhledávání (pokud na ně uživatel klikne)

Nástroje Googlu

- **Google Analytics** – detailní informace, jak zákazníci stránku našli, které reklamy shlédli
- **Google Ads** – online reklamní služba
inzerenti mohou oslovit reklamou
Potenciální zákazníky v síti Google



Produkty a služby Googlu

1. **Aplikace** – Google Earth, Google Chrome...

2. **Mobilní aplikace**

3. **Webová řešení** – Google Maps, Google Calendar...

4. **Hardwarové výrobky**

5. **Ostatní**

Google Apps



Google

- **2009** – spustil svou první **televizní kampaň** propagující **Google Chrom**
- **2008** – představil svůj mobilní operační systém Android
- *„Pokud se Googlu podaří přesvědčit miliony dalších uživatelů k používání chytrých telefonů, **může tím vydělat miliony na mobilní reklamě**“*

Cílem Googlu je oslovit na webu co nejvíce lidí
(přes PC i mobilní telefon).

Čím více uživatelů webu, tím více reklamy
může Google prodat.

Hodnota značky za rok 2020

Nejhodnotnější značky světa

Pořadí (v závorce umístění loni)	Značka	Hodnota (v miliardách dolarů)	meziroční změna v procentech
1. (1.)	Amazon	220,79	+17,5
2. (3.)	Google	159,72	+11,9
3. (2.)	Apple	140,52	-8,5
4. (4.)	Microsoft	117,07	-2,1
5. (5.)	Samsung	94,49	+3,5
6. (8.)	ICBC	80,79	+1,2
7. (7.)	Facebook	79,80	-4,1
8. (11.)	Walmart	77,52	+14,2
9. (14.)	Pingan	69,04	+19,8
10. (12.)	Huawei	65,08	+4,5

1) Jaké jsou klíčové hodnoty značky Google vzhledem k tak širokému portfoliu aktivit, které společnost spravuje?

2) Kam by měl Google směřovat dál? Dělá dobře, když útočí na Microsoft v oblasti cloud computingu a na Apple v bitvě o krále smartphonů?
