

Google yra viena iš tų kelių įmonių pasaulyje, kurios veiklą visi stebi pro padidinamąjį stiklą. Vienas Google taisyklių ar algoritmo pakeitimas ir per visą internetą nuvilnija pozityvūs arba negatyvūs atgarsiai. Daug kas galvoja, jog Google keičia tik savo pusiau mistinį algoritmą, tačiau tam tikri kiti jų ėjimai gali padaryti labai didelę įtaką jūsų reklamos kampanijoms. Apžvelkime Google 2021 metais ir tai, ką jie pakeitė bei ko dar galima tikėtis ateityje iš šios, Silicon Valley technologijų milžinės.

Google nori jūsų dėmesio

Tiesiogine ir perkeltine prasme. Augant skaitmenizacijos įtakai pasaulyje, atsirado naujas terminas – *ambient computing*. Nors lietuvių kalbos ekspertai dar nerado tinkamo vertinio, geriausias, bent jau šiam laikui būtų pažodinis vertimas, kuris *ambient computing* išverstų kaip aplinkos kompiuteriją.

Tai nauja kompiuterinių technologijų sritis, kuri apibrėžia konceptus ir vizijas, siekiančias suderinti įvairias šios pramonės šakas – techninę ir programinę įrangą, naudotojų patirtis, mašinos bei žmogaus sąveiką, mašininių mokymąsi ir kitas. Visa tai, kad būtų pasiektas toks lygis, kada asmuo galėtų naudotis kompiuteriu ar prie interneto prijungtu įrenginiu, kone pasąmoniniu lygmeniu.

Android, Chromebook, išmanieji laikrodžiai, išmanusis namų asistentas Google Home ir kiti Google įrenginiai rodo stiprią vadovybės viziją įgyvendinti tokį modelį, kad vartotojai galėtų 24/7 būti apsupti Google ekosistemos.

Ateities kartoms Google bus dar svarbesnis

Beveik visi žmonės, kurie dabar yra darbingo amžiaus, Google įsileido į savo pasaulį. Tačiau dabar augantys vaikai gimė pasaulyje, kuriame egzistuoja ir dominuoja Google.

Palaipsniui į rinką atėjo išmanieji telefonai, nešiojami kompiuteriai ir daugybė kitos įrangos. Tikėtina, kad jūsų vaikai yra naudoję arba net reguliariai naudojami Google Chromebook. Dar 2019m. atliktas tyrimas parodė, kad 30 milijonų moksleivių, studentų, mokytojų ir dėstytojų naudoja Chromebook mokslui ir/ar darbui. Pavyzdžiui JAV, maždaug 2 iš 3 mokyklų naudoja Chromebook. Tai – įspūdingi skaičiai.

Tai reiškia, kad dabartiniai vaikai užauga naudodami Google įrenginius ir patys pripranta būti šios technologinės ekosistemos dalimi.

Tikėtinas didelis pirkinys e-komercijos srityje

Atsiradus Google Shopping, prasidėjo didžiulės spekuliacijos ar tik netolimoje ateityje Google neplanuoja stoti į konkurencinę kovą su Amazon.

Tačiau didžiausia rinka – JAV, labai lojaliai renkasi Walmart fiziniams apsipirkimams ir Amazon, dėl Prime greito pristatymo, internetu. Tačiau po to, kai Walmart nebeleido Google publikuoti savo prekių Shopping sekcijoje, pasidarė labai aišku, kad tokios konkurencijos didieji mažmenininkai nenori.

Labai tikėtina, kad Google stengsis pasiekti e-komerciją per prizmę, kurią išmano geriausiai – programinės įrangos kūrimą. Shopify arba Bigcommerce atrodo kaip tinkamiausi pirkiniai.

Google reklama gali atsirasti ir ne internete

Dabar Google Ads daugiausiai išnaudojamos Google paieškos variklio viduje. Nors įmanoma jų pamatyti ir Maps ar kitose platformose, tačiau kol tradicinės reklamos rinka vis dar verta kelių šimtų milijardų dolerių visame pasaulyje, tikėtina, kad Google norėtų ir sieks išmėginti savo galimybes šioje sferoje.

Naudodami protu neaprėpiamą duomenų kiekį, kurį turi ir valdo bei daugybę paslaugų, kurias teikia, Google gali daryti kone stebuklus parinkdami geriausią reklamą, geriausiai auditorijai, geriausiu metu.

[MarketRats LT](#)

