

מאיר ברנד משיב ליוסי ורדי: "הפרסום בגוגל מתייקר יותר מהר מעליית מחירי הנפט"

02:56 | 01.7.2008 הארץ

<< מאיר ברנד, מנכ"ל גוגל ישראל, מאמין שמחירי הפרסום בגוגל צפויים להתייקר. בפאנל שנערך אתמול בכנס המשקיעי השיב ברנד לשאלתו של יוסי ורדי, אם הפרסום בגוגל צפוי להתייקר באופן חד יותר לעומת מחירי נפט, בחיוב.

"המחיר לכל הקלקה בגוגל עולה בקצב מהיר יותר מקצב עליית מחירי הנפט. זאת בשל כך שלקוחות מצאו כי זול יותר לפעול אמצעי מדיה אחרים. כתוצאה מכך יותר אנשים העבירו תקציבים לפרסום באינטרנט - ומחירי הפרסום עלו. עלויות הפרסום עדיין נמוכות יותר מאלטרנטיבות אחרות, ויש מקום לעלויות מחירים נוספות".

ברנד חשף גם כמה מוצרים חדשים שפותחו במרכזי המו"פ של גוגל בישראל. בעת חשיפת המוצר - Video Annotations להוסיף שכבות תוכן (בועיות מידע), הכולל היפר לינקים לסרטונים ביוטיוב - הופתע משרד יחסי הציבור של גוגל מפני שהמוצר מזכיר מעט את המוצר שמפתחת חברת הסטארט-אפ פליימדיה.

עוד מוצר שמפותח בישראל על ידי גוגל ושצוין על ידי ברנד הוא גוגל טרנדס (Trends Google), המאפשר לדעת באילו נושאים מתעניינים. ברנד ציין גם את המוצר visualization API Google, המאפשר להוסיף שכבות של מידע גרפי. בתוך כך, ברנד ציין גם את המוצר של גוגל בישראל - בתל אביב ובחיפה - מפתחים בשיתוף פעולה מוצרים אסטרטגיים נוספים עם מרכזי המו"פ אחרים בחיפוש והפרסום.

לא מזכירים את המלה מיקרוסופט

ורדי שאל את ברנד כיצד חברות ויזמים יכולים לשתף פעולה עם גוגל. ברנד כנה כי גוגל אוהבת לדבר עם חברות. "אנחנו נעזרים גם רכישות. בעבר זה התבטא ברכישות קטנות של חברות הממוקדות בטכנולוגיה, וכיום זה מתבטא גם ברכישות קליק (3.1 מיליארד דולר) ויוטיוב (1.6 מיליארד דולר). גוגל לא רכשה אפילו חברת סטארט-אפ אחת בישראל. לכל היותר המעבר של שני מייסדי חברת iRow לגוגל כסוג של רכישה. עם זאת, סרגיי ברין אמר בביקורו בישראל כי גוגל תבצע בעתיד רכישות בישראל".

ביוני הודיעה יאהו כי היא לא נעתרת לחיזוריה של מיקרוסופט ולא נענית להצעת הרכש שלה. במקביל הודיעה החברה כי בתחום הפרסום המקוון. ברנד נשאל האם העסקה הנוכחית לא הופכת את גוגל למונופול, והשיב בשלילה: "מונופול זהו מצב מתחרים, אך זה לא המצב כרגע באינטרנט. גוגל עומדת בפני תחרות מכל מיני כיוונים. גם השחקנים הקטנים מתחרים בגוגל. אליהם לב", אמר ברנד.