

Google versus Microsoft

Bojiště: internet

V úporném konkurenčním boji o internetovou nadvládu si tyto dva giganty vzájemně zasahují do svých oborů: Google distribuuje software a Microsoft zveřejňuje nové nabídky na webu.

Šibalský úsměv uličníka – tak nyní poznáte Larryho Page. Je totiž jedním ze zakladatelů společnosti Google – díky tomuto vyhledávači zbohatl a díky němu může být jeho úsměv ještě o něco širší.

Na výstavě spotřební elektroniky (Consumer Electronics Show – CES) v Las Vegas se Larry Page tvářil jako někdo, kdo právě ukradl trešničku z dortu. A to z dortu Billa Gatese. Nejpoužívanější vyhledávač na světě a softwarový gigant Microsoft totiž spolu na internetu bojují o nadvládu. Novinkou Googlu je bezplatný softwarový balíček plný všeho, co Microsoft rozčiluje, co mu snižuje jeho tržní podíl a pochopitelně také zisky:

- Opensourcový prohlížeč Firefox znamená pro Microsoft Internet Explorer vážně nebezpečí. Již údajně 20 % všech internetových uživatelů v Evropě používá k surfování alternativu Internet Exploreru.
- Videopřehrávač Real One je jedním z mála zbývajících komerčních konkurentů Windows Media playeru.
- Instant Messenger Trillian se dokáže spojit s velkými sítěmi (mimo jiné s AIM, ICQ, MSN), Microsoft Messenger tedy oproti němu působí zastarale.
- Antispywarový software Ad-Aware přímo konkuruje programu „Windows AntiSpyware“ od Microsoftu, který má být po dokončení beta fáze prodáván jako součást bezpečnostní sady (Security Suite).

V „Google Packu“ jsou samozřejmě také integrovány veškeré důležité nástroje Googlu, jako desktop vyhledávání, toolbar a software pro prohlížení obrázků Picasa.

Mnohé tyto nástroje plní svůj hlavní účel: nasměrují uživatele na webové stránky Googlu.

Reakce Microsoftu na Google jsou čím dál tím podrážděnější

Hlavní stratég Microsoftu Bill Gates se na této výstavě kvůli „útku“ Googlu (CES) choval poněkud nerudně: Google by měl být spolupracovník, a ne dodavatel inovací. Skutečným protivníkem Microsoftu by měla být společnost IBM. Big Blue má podle jeho argumentace více spolupracovníků a větší obrat. Co však Gates zatajil, je to, že IBM a Microsoft působí ve zcela odlišných odvětvích.

A tak tedy každý nový produkt Googlu nebo Microsoftu atakuje obor toho druhého. Proto také ne náhodou došlo nedávno k právnímu →

Google™

GOOGLE – WEBOVÝ VYHLEDÁVAČ

Na internetu má tento vyhledávač své nesporné místo. Ne bezpodmínečně proto, že poskytuje nejlepší výsledky, nýbrž protože uživatelé internetu již spoustu let nevolí žádnou jinou stránku – zkrátka síla zvyku.



GOOGLE – MAIL

Zpočátku byla mailová služba jakousi malou revolucí. Google nabízel schránku o velikosti 1 GB a porušil tak veškeré původní obchodní modely mnoha e-mailových poskytovatelů.



GOOGLE – DESKTOP

Drobný program, který umožňuje šikovně prohledat PC a nalézt potřebná data, což MS nabídne až v následníkově Windows XP.



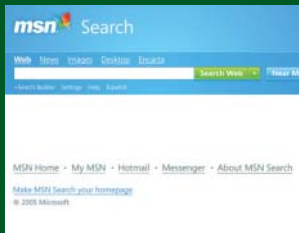
GOOGLE – ADSENS

Největší přínos pro vyhledávač, co se peněz týče. 90 % obrátu Googlu přináší reklamy a upozornění, jež Google doplňuje do textu webových stránek.



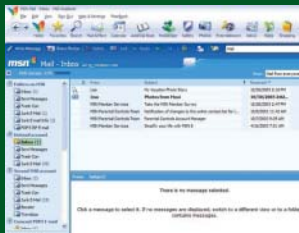
Microsoft

MSN - VYHLEDÁVÁNÍ



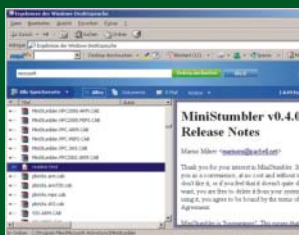
Dobrý vyhledávač, který však skoro nikdo nevyužívá. Problémem je, že se spouští pouze s Internet Explorerem, avšak tento prohlížeč ztrácí podíl na trhu, a to kvůli prohlížeči Firefox, na jehož stránkách svítí logo Googlu.

MSN - MAIL



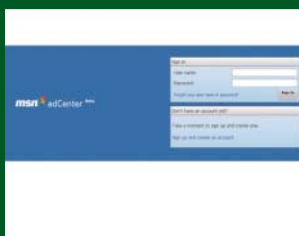
Konečně Microsoft nahrazuje zastaralý Hotmail a nasazuje moderní plochu, která díky aktuálním webovým technikám vypadá jako Outlook na internetu.

MSN - DESKTOP - VYHLEDÁVÁNÍ



Microsoft musel dotahovat, a tak vydal vlastní desktop vyhledávací program.

MSN - ADCENTER



Dosud se Microsoftu dostávalo reklamy od Overture (Yahoo) – nyní však tento softwarový koncern vybudoval vlastní reklamní centrum.

→ sporu, když Google najal některé spolupracovníky Microsoftu. Během propouštění jednoho pracovníka výzkumu se měl Steve Balmer údajně dokonce uchýlit k nevráživému projevu na úkor Googlu.

Útok na reklamní příjmy Googlu

Také nejnovější projekt Microsoftu – reklamní centrum (Adcenter) – je přímým útokem proti tomuto konkurentovi. Jméno projektu zní podobně jako jméno projektu Googlu – AdSense –, což je program, který zobrazuje reklamu ve výsledcích hledání a na webových stránkách. A přesně tuto funkci má také Adcenter.

Již po dobu jednoho roku testuje Microsoft tuto službu v Asii a v Evropě. Nyní, zdá se, nastal čas na velký útok. Ten by mohl bolet: konečkonců Google vydělává okolo 90 % svého obrátu právě díky těmto doplňkům, které na obsahy webových stránek umisťují vhodnou reklamu.

Nový Internet Explorer podporuje MSN vyhledávač...

S tím je však spojen jeden problém: tento vyhledávač používá jen málokdo. Pouze Internet Explorer standardně odkazuje surfaře na stránky Microsoftu. Tento prohlížeč má však již svá léta a postupně ztrácí podíl na trhu, a to i kvůli

opensourcové alternativě, prohlížeči Firefox, jehož výchozí stránka je však přizpůsobenou verzí googlovského vyhledávače. Také třetí největší internetový vyhledávač Opera používá pro vyhledávání na webu Google.

Zajíc a želva si vyměňují role

Zatímco výrobce Windows staví na nové verzi svého prohlížeče, Google se poohlíží po jiných zdrojích příjmů. Nejnovějším projektem je webová videotéka, ve které si uživatel může zakoupit různé sportovní přenosy nebo televizní klasiku, jako je Star Trek.

Ani při tomto projektu nezapomněl Google uštědřit Microsoftu ránu pod pás: vyhledávač chrání záznamy vlastním ochranným systémem, i přesto, že existuje Microsoftem vyvinutý a otestovaný systém „Janus“ (na principu DRM – Digital Rights Management), jenž je podporován mnoha mobilními přehrávači.

Proto není divu, že podobnou webovou videotéku chce zřídit i Microsoft. Pro začátek bude „Urge“ spolupracovat s MTV. Díky „Urge“ si uživatelé internetu mohou koupit MP3, hudební klipy, popřípadě i další programy tohoto televizního kanálu.

A tentokrát by měl Google skutečně trpět: oddělení výzkumu v Redmondu má totiž eso v rukávu – „videohyperlinkové reklamy“, jež už Microsoft prezentoval. Hlavní myšlenka je snadná: zatímco Madonna ve videoklipu tancuje, uživatel může pomocí ukazatele myši kliknout na její halenku a toto oblečení si přímo objednat v on-line obchodě.

Na to, aby mohl Google kontrolovat, potřeboval samozřejmě pouze pár dní – za více než jednu miliardu amerických dolarů koupil provozovatel tohoto vyhledávače americkou společnost dMarc, jejíž specialitou jsou přesné automatické přepínače reklam pro rádiové vysílání. Jak se zdá, internet byl pouze počátečním bodem v boji těchto dvou gigantů...

