

## Europa: Google rozpoczyna kampanię reklamową Chrome'a

Google rozpoczyna w Europie kampanię promocyjną swojej przeglądarki Chrome. W tym celu sięgnął po sprawdzone tradycyjne rozwiązania - billboardy oraz reklamy w gazetach.

Towarzyszące "gazetowej" kampanii billboardy zostaną umieszczone na ulicach oraz stacjach metra takich miast jak Londyn, Paryż i Amsterdam. Akcja ma na celu zachęcić mieszkańców Europy do korzystania z przeglądarki Google Chrome i związana jest z tzw. "ekranem wyboru" przeglądarki w systemach Windows.

Przypomnijmy:

W grudniu Komisja Europejska zgodziła się na propozycje Microsoftu, aby w systemie operacyjnym Windows dystrybuowanym na terenie Europy znalazło się okno wyboru przeglądarki. Zgodnie z postanowieniami porozumienia, przez najbliższych pięć lat Microsoft udostępni w Europejskiej Strefie Ekonomicznej "ekran wyboru" (za pośrednictwem usługi Windows Update). Ekran ten umożliwi posiadaczom Windows XP, Visty i Windows 7 podjęcie decyzji, którą aplikację (lub aplikacje) do przeglądania Sieci zainstalować obok lub zamiast Internet Explorera.

W udostępnionym przez Microsoft ekranie wyboru ma być obecnych 12 aplikacji do przeglądania Sieci (ich kolejność będzie losowa, chociaż jako pierwsze zostaną wyświetlone najpopularniejsze aplikacje produkcji Apple, Microsoftu, Mozilli, Opery i Google). Zmiany zaczną obowiązywać od 2010 r. Microsoft zobowiązał się do udostępnienia ekranu wyboru przeglądarki w Windows Update najpóźniej do 17 marca 2010 r. Obiecał również, że nie będzie wykorzystywał swojej usługi do proponowania nowych wersji Internet Explorera tym użytkownikom, którzy w swoich systemach wyłączyli tę przeglądarkę (opcja ta dostępna jest w Windows 7).

Dominująca pozycja IE zagrożona?

"Konsumenci myślą, że litera "e", którą widzą na swoim pulpicie to synonim Internetu. To sytuacja, która jest bardzo dobra dla Microsoftu i trudna dla Google" - powiedział analityk Ross Sandler z RBC odnosząc się do ikony przeglądarki Internet Explorer.

Promując Chrome Google ma nadzieję wpłynąć na europejskiego konsumenta i zachęcić go do korzystania z alternatywnych rozwiązań zamiast oprogramowania Microsoftu.

"Myślimy, że przeglądarka jest bardzo ważna, być może nawet stanowi najważniejszy element komputera. Nasza kampania marketingowa stanowi część ogólnej inwestycji w przeglądarki, która, mamy nadzieję, pomoże uczynić Sieć szybszą, bardziej użyteczną oraz bezpieczniejszą" - tłumaczy rzecznik Google'a.

Według ostatnich danych NetMarketShare w styczniu do Google Chrome należało 5,2% światowego rynku przeglądarek (trzecie miejsce), natomiast do Internet Explorera i Firefoksa, odpowiednio, 62,1% i 24,4%. Zgoła inaczej sytuacja wygląda na rynku Europejskim, a szczególnie na naszym podwórku - tutaj, według serwisu Ranking.pl (dane za okres od 18.01 do 24.01. 2010 r.) niepodzielnie rządzi "ognisty lisek" z wynikiem 50,1%, który wyprzedził Internet Explorera (32,1%, wersje 6.x, 7.x i 8.x) i Operę 10.x (7,2%).

Przykładowy billboard

W Paryżu jedna z przykładowych tablic reklamowych wylicza, co robi osoba, która zdecydowała się pod wpływem nagłego impulsu na zakup biletu na zbliżający się mundial: przegląda filmy YouTube, czatuje z przyjaciółmi, szuka biletów lotniczych do Johannesburga i następnie za pomocą Twittera informuje przyjaciół o swojej decyzji.

Całość podsumowuje następujący napis:

"Dwadzieścia jeden otwartych kart, zero błędów, jedna przeglądarka"

Źródło:Wp.pl