

גוגל מפות צפויה לגלגל 11 מיליארד דולר בשנה תוך ארבע שנים

Posted on 6 בספטמבר 2019 by עירית רוזנבלום



Alphabet - החברה-האם של Google - צפויה להגדיל את הכנסותיה באמצעות המפות ב-64% ל-4.86 מיליארד דולר בשנת 2020

Categories: תיירות, ראשי

Tag: גוגל מפות, Alphabet, Google

עם יותר ממיליארד משתמשים, קשה לחשוב על גוגל מפות (Google Maps) כעל עסק חדש, אך הוא בכל זאת כזה, באופן יחסי, במונחים של מאמצים לגייס כסף גדול. לפי הערה מחקרית של אנליסט חברת מורגן סטנלי, בריאן נובאק, הכל עומד להשתנות: חלק ממוצרי הפרסום של גוגל מפס צפויים לצאת מגרסת הבטא ברבעון הרביעי של 2019 ולקראת 2020, מה שיוביל את Alphabet - החברה-האם של Google - להגדלת הכנסותיה באמצעות המפות ב-64% ל-4.86 מיליארד דולר בשנת 2020, כך צפה נובאק.

עוד לפי המחקר, מוצרי נסיעות חדשים, לצד תכונות מציאות מוגברת וקידום של פינים המראים את מיקומו של עסק בתוך גוגל מפות, עשויים להגדיל עוד יותר את יכולת השימוש ואת המונטיזציה - היכולת להפיק הכנסה מנכס דיגיטלי

כמו אפליקציה, אתר אינטרנט, בלוג ועוד - למשתמשים בגוגל מפות.

וזו רק ההתחלה. מורגן סטנלי מעריך כי הכנסות ממפות גוגל, הן מחיפוש מקומי בשולחן העבודה (1.23 מיליארד דולר) והן ממובייל (9.82 מיליארד דולר) יסתכמו ביותר מ-11 מיליארד דולר בשנת 2023

"עם מיליארד ויותר משתמשים, Google מפות היא שירות דמוי כלי שירות (בדומה לאופציית החיפוש) ולדעתנו, הוא הנכס המבטיח ביותר שעדיין לא הגיע למיצוי המונטיזציה שלו שאנחנו מכסים", נאמר בהודעת המחקר.

במסלול כלפי מעלה

לפי אתר האינטרנט המקצועי Skift, גוגל מפות כבר מוכן לשנות את עולם הסופר-אפליקציות. להערכתו, מדובר בעסק בהיקף של מיליארדי דולרים כשהוא יהפוך לכלי עזר כוללני לניווט, מידע על תחבורה ציבורית והצעות לעסקים "קרוב אליי" ("near me") כמו מלונות, מסעדות, מכוני ספא ומסחר.

הכנסות מפרסום של כשלושה מיליארד דולר כיום - או אפילו 11 מיליארד דולר בתוך 4 שנים - הן טיפה בים עבור האלפבית, ההורה של גוגל, שגייס הכנסות מפרסום של 116 מיליארד דולר בשנה שעברה. אך מכיוון שגוגל מפות חושפת את מוצרי הפרסום החדשים שלה בשולחן העבודה ובמובייל, ברור שהיא נמצאת במסלול כלפי מעלה כמכונת כסף וכשער לעסקים האחרים של גוגל, כמו מלונות Google, טיסות גוגל (בשולחן העבודה), מסעדות וקניות.

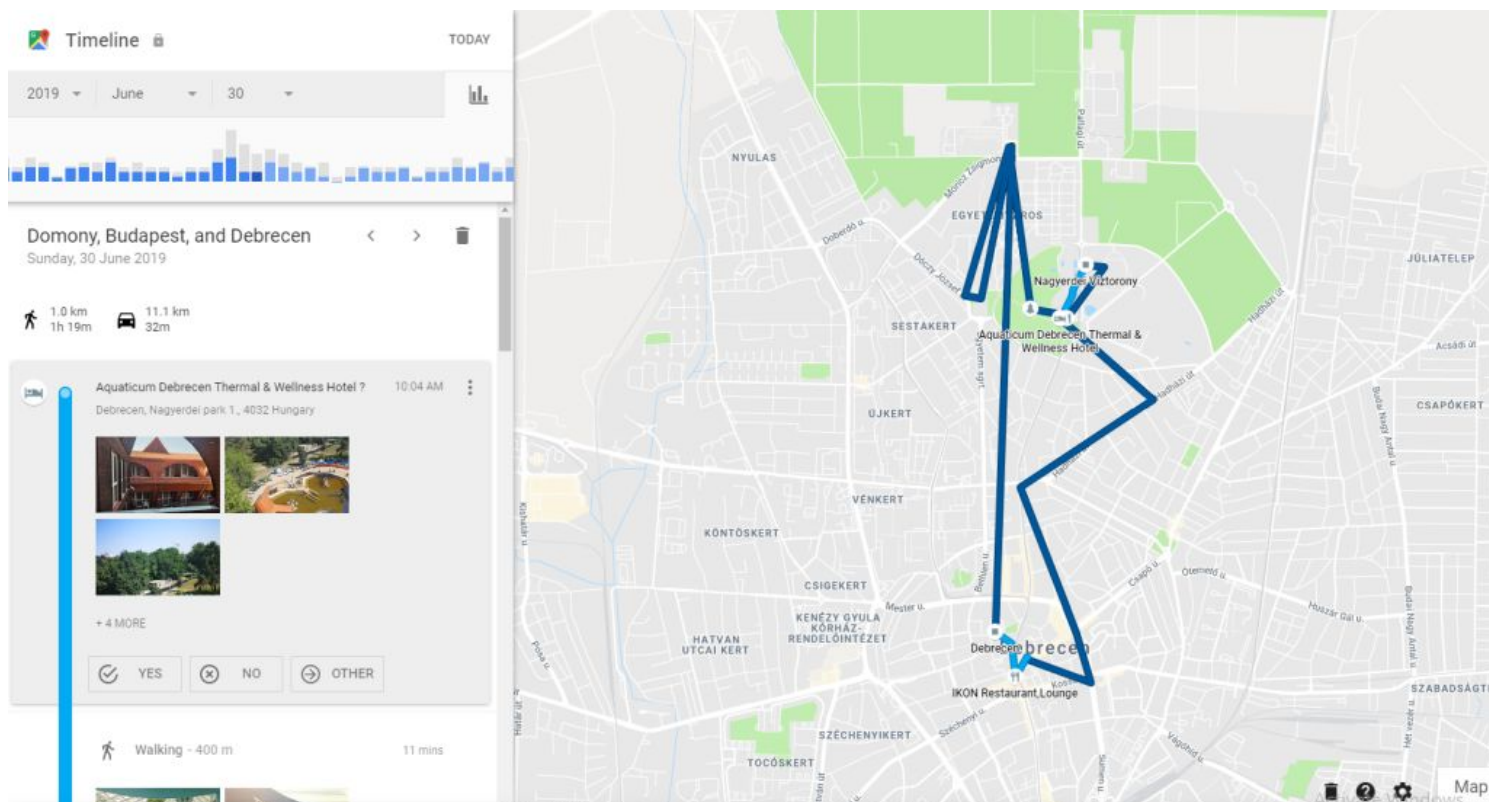
עם זאת, ברבעון השני של השנה המשיכה אלפבית לשפוך כסף על פרויקטים שלא מרוויחים כסף באמצעות פרסום: חטיבת "ההימורים האחרים" של החברה כוללת את מיזם המכוניות ללא נהג ויוזמה חברתית של חברת Verily Health, כשהוציאה כמעט מיליארד דולר בעלויות תפעול לעומת 732 מיליון דולר בשנה שעברה.

מורגן סטנלי קבע כי גוגל מפס ימשכו מפרסמים מקומיים ובינלאומיים כאחד, גם אם גוגל לא יפגישו את המשתמשים בפרסומות. הערכת הבנק על הכנסות נוספות בכ-1.6 מיליארד דולר ממודעות בגוגל מפות בשנת 2020 בהשוואה לשנה זו, יוצאת מתוך הנחה שמודעות יוצגו רק בכ-45% משאילתות החיפוש.



הגדלת השימוש בגוגל מפות באמצעות פיינס המראים מיקומו של עסק. צילום

Depositphotos



יום טיול בגוגל מפת. איפה היינו ומה עשינו. צילום מסך מ-Google Maps מוצרי מודעות יניבו הכנסות גבוהות יותר

במחקר של מורגן סטנלי נאמר כי תוכן ממומן יהיה מרכיב מרכזי בצמיחת ההכנסות מפרסום של גוגל מפות. "זה יאפשר לקמעונאים, מותגים ועסקים מקומיים גדולים להגיע לקונים פוטנציאליים באזור הגיאוגרפי שלהם שמקישם חיפוש ("לחפש חנויות דונאטס בסביבתך", כדוגמה). בטווח הארוך, הצגת מודעות עם רמת מיקוד מונעת-כוונות עשויה להביא להחזר השקעה גבוה יותר בתשלום ובמחיר להקלקה".

מורגן סטנלי הניח שמחיר החשיפה דרך הקלקה לפרסום בגוגל מפות יעמוד על כ-50% מחשיפה דרך חיפוש והעלויות לקליק יגיעו בתחילה עם הנחה של 25% לעומת מודעות חיפוש בשולחן העבודה והמובייל.

Google Maps הושקה לראשונה רשמית בארצות הברית - השוק הראשון שלה - בשנת 2005, והיא מציעה כיום שירותי ניווט ביותר מ-240 מדינות וטריטוריות; זהו כלי כמעט חיוני עבור צרכנים מערביים. לגוגל יש את המותרות "לקחת את הזמן" לשיפור חוויית המשתמש במפות גוגל, בלא לחשוש מטלפון ממנהל הבנק. אולם, כאשר גוגל מפות תחל ליישם באופן רשמי את מוצרי הפרסום החדשים שלה במהלך החודשים הקרובים, הסופר-אפליקציה תיכנס לשלב חדש ומאתגר - היכולת להפיק הכנסה מהנכס, כלומר מונוטיזציה רצינית.

כתבה קודמת על גוגל מפת: יישום חדש ישמר את זכרון הטיול טוב יותר