



PASSERAR DATORER. Googles intäkter från mobil annonsering steg till cirka 17 miljarder kronor, enligt marknadschefen Rikard Steiber. FOTO: JESPER FRISK

# Sökning i mobilen framtidens melodi

Mobila sökningar har alla förutsättningar att omsätta mer pengar än sökningar på datorer. Det säger svensken Rikard Steiber, som är Googles marknadschef för mobila och sociala plattformar.

Rikard Steiber brukar kallas en av de högst uppsatta svenskarna på Google. Det är ett epiteta som han inte är helt nöjd med.

”Jag ser mig själv som en högre mellanchef”, säger han.

Som sådan har han två viktiga ansvarsområden: annonsering på sociala medier och i mobiler. Han rapporterar direkt till den högsta marknadschefen Lorraine Twohill.

Den sociala sajten Google Plus har enligt externa bedömare en bit över 40 miljoner användare. Det kan låta mycket tills man betänker att huvudkonkurrenten Facebook har 700 miljoner. Sannolikheten för att Plus ska konkurrera ut Facebook tycks liten på kort sikt, men det är inte heller nödvändigt. Båda

kan mycket väl existera sida vid sida, enligt Rikard Steiber.

## Betonar beteendet

”Det är fel att se på sociala medier som en sajt. Det är ett beteende”, säger han.

Därmed finns det, enligt honom, plats för en rad sociala sajter. Styrkan med Plus är att den kan knyta samman sociala nätverk med sökningar. Rikard Steiber pekar på den plusfunktion som finns på Googles sökresultat. Ett sätt att ”gilla” sidor man har hittat.

”Om jag till exempel söker efter restauranger i Göteborg och ser att min kollega gillar några av dem är de plötsligt mycket mer relevanta för mig, för jag vet att han kan Göteborg”, säger Rikard Steiber.

Det är också här den finan-



INGET APPSOLUT. Många företag når sina kunder bättre med en mobil sajt.

siella kalkylen med Plus finns för Google. I dag finns det inte ens annonser på själva Plus-sajten. Däremot är förhoppningen att den sociala kopplingen ska driva söktrafik som i sin tur kan generera pengar för Google.

Rikard Steibers andra stora område är mobil annonsering. Det är än så länge en liten del av Googles intäkter, men det växer snabbt. Senaste kvartalsrapporten rapporterade Google att intäkterna mer än fördubblades till 2,5 miljarder dollar, nästan 17 miljarder kronor, på årsbasis. Steiber tror att intäkterna från mobila sökningar mycket väl kan gå om desktop inom några år.

## Mer benägna att köpa

”Undersökningar visar att människor är mycket mer benägna att köpa en vara om de söker på en mobil enhet än om de sitter vid dator hemma.”

Av dem som söker på restauranger går fler än hälften vidare och kontaktar en krog

där de befinner sig. Ändå är det påfallande få företag som har en tydlig mobil strategi eller ens en hemsida som är anpassad för de smarta telefonernas små skärmar.

”Vi vet att många kunder går in på mobila sajter när de är i butiken för att jämföra priser eller läsa recensioner av produkter. Om sajten är anpassad för desktop blir upplevelsen hemska.”

## Ofta viktigare än appar

”Med en bra mobil sajt kan man få kunden att slå till alternativt komma till butiken i stället och köpa varan där.”

Det visar sig att bara ett av fyra företag har en egen sajt anpassad för mobila enheter.

”Oftast är det viktigare med en mobil sajt. Om du till exempel driver en restaurang kommer folk inte att gå till en appstore och ladda ned just din app. De gör en sökning och länkar vidare därifrån.”

MIKAEL TÖRNWALL  
mikael.tornwall@di.se  
08-573 652 61

## Zennström sällar bort lycksökare

Hundratals förväntansfulla it-företagare kontaktar Niklas Zennström och hans riskkapitalbolag Atomico varje månad, men det är få som får napp. Bolaget investerar i fem till tio bolag om året – och det är sällan dem som hör av sig.

Många it-entreprenörer drömer om att bli uppbackade av Skypegrundaren Niklas Zennström och hans riskkapitalbolag Atomico.

”Vi får säkert hundratals proppar i månaden. Men vi investerar kanske i fem till tio bolag per år, så det är väldigt få i jämförelse med antalet förslag”, säger han och förklarar att det brukar vara Atomico som tar den första kontakten i de fall det blir affär.

När han utvärderar om bolaget har kraften att bli ett globalt ledande bolag i sin nisch är det både mjuka och hårda fakta som granskas: från ledarskapet och drivkraften hos grundarna till innovationstakten på marknaden. Internetbaserade konsumenttjänster på området där förändringarna – och därför även affärsmöjligheterna – är många och snabba är särskilt lockande för den kräsne riskkapitalisten.

## Sålde Skype två gånger

Niklas Zennström är främst känd för att tillsammans med parhästen Janus Friis ha grundat Skype som sedan såldes, inte en utan två gånger. Men ip-telefonibolaget Skype är det tredje bolaget han startade. Hur mycket pengar han tjänade på de båda försäljningarna vill han inte avslöja.

Nu för tiden tar det allt längre tid för nystartade bolag att nå börsen, vilket minskar chanserna till riktiga aktieklipp, konstaterar Niklas Zennström.

En stor del av värdeökningen i ett bolag sker på den privata marknaden i stället för på den publika, enligt Niklas Zennström. Han konstaterar att riskkapitalets andel av värdeökningen har ökat från cirka 0,5 procent till uppemot 10 procent mellan bokjätten Amazons notering på 1990-talet och sökjätten Googles notering 2004.

## Mindre kapital krävs

”Om Facebook går till börsen nästa år skulle kanske 25 till 40 procent gå till venture capital-bolag”, säger han.

Det krävs mindre kapital för att få ett internetbaserat bolag på fötter. Dessutom är det lättare för små bolag att hantera privatägda riskkapitalbolag med en relativt lång investeringshorisont, än en aktiemarknad som tittar på utvecklingen dag för dag.

CATHRINE HOFBAUER

cathrine.hofbauer@di.se 08-573 650 57



Atomicos vd  
Niklas  
Zennström.

EKOLOGISK  
ITALIENARE 89:-

BÄSTA KÖP!

Allt om Vin nr 1 2011

ARTIKELNR 32452 14%VOL



www.oenoforos.se

Alkohol i  
samband  
med arbete  
ökar risken  
för olyckor.