

坦言Google不够好渠道发展不能过快 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E5_9D_A6_E8_A8_80Goog_c40_62763.htm “我第一个举手同意说，Google目前还不够好。”在接受Chinabyte记者采访时，Google大中华区联合总裁周韶宁语出惊人。周韶宁认为，目前的搜索引擎尽管可以向用户提供需要的数据，但在效率方面还有所欠缺，未来的搜索引擎除了可以向用户提供需要的数据，还将可以大大节约用户用来检索的时间。Google进入中国8个月来，一方面推出了Google.cn、学术搜索等适合中国用户的产品，一方面在开始着力于渠道方面的建设。周韶宁向Chinabyte记者介绍说，目前他对渠道的发展非常满意。随着中国团队的扩大和基础设施的完善，Google今后发展渠道的速度可能会比现在更快起来，但是这种速度绝对不会过快。“Google需要稳健的去开拓市场而不是急于求成。销售渠道的覆盖能力很重要，但是我们不是考量的唯一目标。中小企业的IT能力不强，因此渠道商要帮助他们建设网站、优化网站，提供企业MAIL等服务。”周韶宁认为，Google的渠道商除了销售能力和渠道覆盖能力外，还应具备提供增值服务的能力。Google中国计划先覆盖重点区域，再发展二、三级城市。周韶宁表示，Google之所以要在中国设立全国代理和地区代理的机制，一方面是为了保障市场的良性竞争，一方面也是为了保证市场不会产生过渡竞争。有竞争才会使代理商更强大，因为密室里无法产生好的产品和创意，同时过渡的竞争也会损害市场，要达到平衡，有序的发展，因此引入了地区代性和全国性的双代理机制。谈及产品在中国市场的研发

状况时，周韶宁表示：“我们希望在年底看到很大的提高，半年以后谁还有意见去找开复。”据了解，此前Google方面只是5个人在做中文搜索产品，到7月时将会有100多个工程师陆续到Google从事中文搜索产品的研发。此外，在未来几个月内，Google还将在中国建立北京、上海、台湾的三个研究机构，包括中文搜索第一人简立峰在内的数十位资深科学家也将加盟Google中国工程研究院。周韶宁强调，商业竞争如同一场马拉松比赛，市场份额一时的增加或减少并不重要，重要的是Google对中国市场的决心和长远的战略目光。Google的愿景是希望中国的用户每天能够使用自己的搜索产品，为此美国总部并未向中国制定销售指标。Google没有在国内的媒体上进行广告宣传，是希望把事情做好，口碑是企业的声明。“你用了东西，喜欢就是喜欢，不喜欢，即使别人讲述100遍好，你依然不喜欢”。在周韶宁看来，渠道目前还需要提高增值服务的能力。因此Google鼓励代理商收取服务费。“现在要求他们这么做，是希望一开始改变他们过去做网络推广的时候靠厂家反点去生存的经营模式。代理商要建立自己不可替代的价值或独有的价值。有价值才会在市场上存在。至于是否考虑和Google合作，要看Google是否能够帮助渠道商做更大的生意，使他们从Google这里借鉴更好的管理方法，强迫是没用的，让事实和市场来告诉渠道商应该如何选择。”周韶宁显然对未来Google的渠道拓展充满信心。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com