

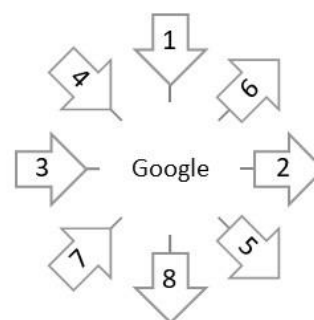
## Google, miten ilmiö on syntynyt?

**KUVAUS:** Googlella on saatavilla valmista tietoa lähes kaikista julkisista aiheista. Googlen tarjoama palvelukonsepti *Search* tekee miljardeja hakuja päivässä. Sen osuus maailmanlaajuisista hauista on 92 %. Se on siksi myös maailman eniten käytetty verkkosivusto.

Wikipedia on jokamiehen tietämyspankki tarjoten jäsennellyssä muodossa tietoa satunnaisille tiedon haki-joille ja myös oppineille itseopiskelijoille oman aihealueensa ulkopuolelta – myös Googlen ideasta.

**ANALYYSI:** Seuraavassa kuvataan miten voit Wikipedian sisällysluettelosta sujuvasti tuottaa systeemisen mallin tukemaan opiskelua ja tietämyksen muodostusta. Käsitys esimerkiksi Googlen omasta bisnesmallista löytyy minuuteissa asianomaiselta sivulta (suomeksi tai englanniksi) sisällysluettelosta numeroineen:<sup>77</sup>

1. Millainen on Googlen liiketoimintamalli?
  - Kuka omistaa Googlen
2. Miten Google ansaitsee rahaa
3. Mainonta, Google Pixel & YouTube Premium & Google Cloud
4. Business Model Canvas
  - Asiakassegmentit ja arvoehdotukset ja kanavat
  - Asiakassuhteet ja kilpailijat
- Tulovirrat ja keskeiset resurssit ja avaintoiminnot
- Tärkeimmät kumppanit ja kustannusrakenne
5. Hakukoneet ja mainonta ja videoiden jakaminen (kilpailijat)
6. Mobiiliteollisuus ja pilvi
7. SWOT-analyysi : Vahvuudet ja heikkoudet & mahdollisuudet ja uhat
8. Johtopäätös



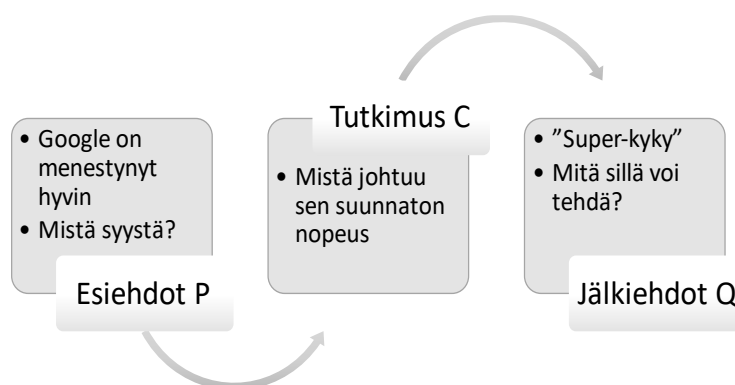
**KUVA 75 Alustava systeemimalli Googlasta yllä. Alla tutkimuslogiikka.**

**SYNTEESI:** Kaavion numeroinnin perusteella tarkastelija voi tehdä havaintojaan. Perustiedot siitä, millainen ”super-kyky” Google voisi olla teoriassa, löytyvät kaavion vasemmalta puolelta (4, 3 ja 7). Sen aikaansaama kehitys arkkitehtuureineen ja ratkaisuineen näkyy kaavion oikealla puolella (6, 2 ja 5). Googlen omassa Massive Transformative Purpose – periaatteessa on samantapainen jäsentely (*left and right brain*).

Toiminnan onnistuminen näkyy pystysuunnassa tarkoittaen analysointia liiketoimintamallin toimivuudesta sekä palautetta. Kaavion yläosa on abstraktia ja alaosa konkreettisempaa tietoa. Googlen uudistumista näyttää suunta alavammalta yläoikealle.

Taulukon symbolit P, C ja Q liittyvät todistamisen metodiikkaan **Hoare tripla**, joka mahdollistaa sopivissa tilanteissa tutkimuskysymyksen tarkentamisen mahdollisimman lähelle logiikkaa. Mikäli esiehto {P} toteutuu, tulee komento-osan C:n toteutua, jotta päädyttäisiin jälkiehtoon {Q} asti.

KUVA 75 taulukkoineen virittää tutkimukselle jännitteen selvittää, toteutuuko yhteys  $P \rightarrow Q$ .



**KUVA 76 Googlen epistemologia ja Hoaren tripla.**

## Tutkimuskysymys 1: ”Super-kyky”, mitkä olivat esiehdot Googlen nousulle huipulle asti?

<sup>77</sup> <https://businessmodelanalyst.com/google-business-model/>