

Misja: organizowanie i udostępnianie informacji

Rozmowa z **Arturem Waliszewskim**,
Dyrektorem Google Polska.



Fot. Google

Michał Koralewski: *W styczniu tego roku firma Google oficjalnie otworzyła polski oddział w Warszawie. Czym zajmuje się Google Polska i jakie są Pana zadania?*

Artur Waliszewski: Priorytetem Google jest zaspokojenie potrzeb użytkowników, poprzez ułatwienie im znajdowania i porządkowania informacji w Internecie. Lokalizowanie produktów i usług ma tu duże znaczenie – rozumiemy kulturowe i geograficzne różnice pomiędzy krajami, w których działamy. Dlatego też, jednym z najważniejszych zadań naszego biura jest wsluchiwanie się w głosy polskich użytkowników Internetu i przekazywanie tych opinii wewnątrz firmy, tak, aby produkty i usługi Google w Polsce były jak najlepiej dostosowane do ich potrzeb. Użytkownicy naszego programu reklamowego – AdWords – stanowią grupę kluczowych klientów Google. Dlatego jednym z zadań polskiego biura jest popularyzacja marketingu w wyszukiwarce i pokazywanie, jakie korzyści w biznesie może przynieść reklama *on-line*.

M.K.: *Dlaczego w ogóle Polska? Czym kierował się zarząd Google, decydując się na otwarcie biura właśnie w naszym kraju?*

A.W.: Jesteśmy dużym, europejskim krajem, o stale poprawiającej się kondycji gospodarczej. Względy ekonomiczne są więc oczywiste. Ale są też inne, które miały wpływ na decyzje: rozwój Internetu w Polsce jest bardzo szybki, polscy użytkownicy – bardzo aktywni, otwarci na świat, wymagający. Można

podbić ich serca, ale tylko oferując doskonały produkt. To są warunki, w jakich Google chętnie działa.

M.K.: *Przez wiele lat był Pan związany z Onetem, pracował na sukces tego portalu. Dlaczego zdecydował się Pan opuścić Onet i wraz z Google zaczynać właściwie od początku – w niewielkim biurze, z garstką współpracowników?*

A.W.: Moja kariera w Onecie zaczęła się zaraz po studiach, w 1996 r. Napisałem pracę magisterską o marketingu w Internecie i, jak na zawołanie, Optimus postanowił uruchomić w Krakowie Onet. Krok po kroku rozwijałem się wraz z tą firmą i przez ostatnie cztery lata w zarządzie firmy odpowiadałem za serwisy i usługi portalu. Była to moja pierwsza praca, w której spędziłem ponad 9 lat, nauczyłem się i osiągnąłem bardzo dużo – pytanie, jakie powinny być moje dalsze kroki, było więc dość naturalne. W tym kontekście propozycja od Google była trafiona w dziesiątkę: mogę rozwijać się w największej i najbardziej podziwianej firmie internetowej na świecie, a jednocześnie wrócić do atmosfery małego biura, start-upu, która bardzo mi odpowiada.

M.K.: *W styczniu polski oddział Google stanowiły trzy osoby. Ile osób pracuje obecnie i ile jeszcze zostanie zatrudnionych?*

A.W.: W polskim biurze Google pracuje obecnie siedem osób. Nie są to jednak wszystkie osoby odpowiedzialne za polski rynek – mamy na przykład zespół w Dublinie, odpowiedzialny za bezpośrednią obsługę klientów AdWords i partnerów AdSense. W najbliższym czasie biuro powiększy się jeszcze o kilka osób, a potem zatrudnienie będzie nadal stopniowo rosnąć adekwatnie do potrzeb.

M.K.: *Jeszcze nie tak dawno Google kojarzone było tylko z wyszukiwarką internetową. Teraz Google to także Picasa – program do przeglądania zdjęć, konto pocztowe Gmail, usługi Google Video, Google Checkout, Google News, internetowy arkusz kalkulacyjny Spreadsheet, edytor tekstu Writely i wiele innych. W jaką stronę idzie teraz Google? Firma będzie się zajmować wszystkim po trochu czy skupi się na wybranych projektach?*

A.W.: Misją Google jest organizowanie i udostępnianie informacji. Wszystkie produkty Google realizują to zadanie – np. Picasa pomaga zarządzać zdjęciami, pomaga je składować i wyszukiwać. Gmail pozwala to samo zrobić z pocztą, a Google Video – z filmami. Chcemy, aby nasi użytkownicy w każdej chwili, w dowolny sposób mieli łatwy i szybki dostęp do każdej informacji, któ-

rej w danym momencie potrzebują: do stron WWW z wiadomościami, adresu fryzjera, zdjęć z wakacji, filmu z urodzin cioci, mapy dojazdu do klubu itd. Z komputera, z telefonu komórkowego czy z jakiegokolwiek innego urządzenia podłączonego do sieci.

M.K.: *Niedawno firma przedstawiła spolszczoną wersję Kalendarza Google. To już kolejna usługa – po wyszukiwarce, Gmailu, Google Desktop, Google Video i Picasie. Jaki będzie kolejny krok w Państwa pracach? Kiedy doczekamy się polskiej wersji Google News i Maps?*

A.W.: To prawda, mamy coraz więcej produktów dla polskich użytkowników i bardzo mnie to cieszy. Z zasady nie ujawniamy naszych planów, ale zapewniam, że lokalizacja kolejnych serwisów jest dla nas bardzo ważna i wkrótce będą kolejne.

M.K.: *Pół roku w Google Polska. Jak ocenia Pan wykonane do tej pory prace swojego zespołu?*

A.W.: W ciągu pół roku powstał kilkusobowy zespół, złożony z osób, które nigdy ze sobą nie pracowały i miały bardzo różne doświadczenia zawodowe. Zespół ten dobrze wpasował się w bardzo dynamiczną i wymagającą firmę – potrafimy przedstawiać swoje racje i powoli widać tego efekty. Pojawiają się kolejne produkty, bardzo rośnie popularność reklamy wyszukiwarkowej, przekonujemy do siebie kolejnych partnerów i klientów. Ocena – nie tylko moja – jest bardzo pozytywna, ale całkowicie zdajemy sobie sprawę, że to dopiero początek i bardzo dużo mamy jeszcze do zrobienia. Nie wszystkie nasze usługi działają już tak jak chciałbym, nie wszystko jesteśmy w stanie szybko poprawić i każdy z nas musi się jeszcze bardzo dużo nauczyć.

M.K.: *Google zawsze postrzegane było jako firma niezależna politycznie. Jednak zdecydowała się w Chinach ocenzurować wyniki wyszukiwania baseł niewygodnych dla tamtejszej władzy, co wywołało protesty internautów, pikietę oraz akcje przeciwko Google. Decyzja o cenzurowaniu treści musiała być bolesna dla Google, dlaczego więc zdecydowano się na to?*

A.W.: Stanęliśmy przed bardzo twardo postawionym i realnym dylematem: udostępnić 120 milionom chińskich Internautów 99 proc. informacji dostępnych przez naszą wyszukiwarkę, lub też nie udostępnić im ich wcale. Nie było opcji 100 proc. Ocenzurowanie wyszukiwarki jest sprzeczne z zasadami, które wyznajemy. Była to bardzo trudna decyzja, być może najtrudniejsza w dotychczasowej historii firmy. Uznaliśmy, stojąc przed takim wyborem, że opcja 99 proc. jest lepsza niż 0 proc.