

PHỤ NỮ THỐNG TRỊ INTERNET, TẠI SAO?

Công ty mạng nào khai thác được quyền năng của khách hàng nữ cũng sẽ "làm mưa làm gió" khắp thế giới: đó là một bí mật nhỏ mà mọi người chưa thực sự chú ý.

Chúng ta đang sống trong Thời đại Hoàng kim của mạng internet, được dẫn dắt bởi các dịch vụ internet và nền tảng thương mại điện tử. Chỉ cần điểm qua một vài con số thống kê: Facebook: hơn 600 triệu người sử dụng. Twitter: hơn 25 tỉ dòng tweet được đăng tải vào năm ngoái. Zynga: đạt hơn 100 triệu người chơi Cityville chỉ trong 6 tuần.

Tuy nhiên, có một bí mật nhỏ mà mọi người chưa thực sự chú ý. Đó là phụ nữ. Phụ nữ sử dụng mạng thật sự là những "con nghiện" đằng sau sự phát triển vũ bão của các công ty mạng tiêu dùng và thương mại điện tử. Xét trên "lãnh địa" mạng xã hội và web mua sắm, phụ nữ thực sự là người thống trị.

Có thể liệt kê vài con số. Một số nghiên cứu cho thấy, phụ nữ là động lực của xu hướng phổ biến nhất trên mạng trong cả thập kỷ gần đây, đó là mạng xã hội. Phụ nữ chiếm phần lớn số lượng người sử dụng các mạng xã hội và sử dụng thời gian trên các mạng này nhiều hơn 30% so với nam giới; số lượng nữ sử dụng mạng thông qua di động chiếm đến 55%.

Trong thương mại điện tử, quyền lực mua hàng của phụ nữ cũng thể hiện rất rõ rệt. Nữ giới chiếm đa số khách hàng của các trang web như Zappos (hơn một tỷ đôla doanh thu năm ngoái), Groupon (760 triệu đôla), Gilt Groupe (dự kiến đạt 500 triệu đôla trong năm nay), Etsy (hơn 300 triệu đôla năm ngoái), và Diapers (ước tính 300 triệu đôla). Theo Gilt Groupe, phụ nữ chiếm 70% cơ sở khách hàng và đóng góp đến 74% doanh thu cho họ. Còn Groupon cũng thừa nhận khách hàng của họ có đến 77% là nữ giới.

Phụ nữ cũng giao dịch nhiều hơn trên trang Chegg (chiếm 65%), trang web cung cấp dịch vụ thuê sách giáo khoa cho sinh viên đại học Mỹ, trong khi tỷ lệ sinh viên nam và nữ học đại học là gần như cân bằng. Tại sao? Là vì việc thuê lại này đòi hỏi người sử dụng phải có kế hoạch từ trước. Những nghiên cứu của Chegg cho thấy, phụ nữ có khuynh hướng lập kế hoạch tốt hơn nam giới. Hơn nữa, họ có vẻ quan tâm nhiều hơn đến việc tiết kiệm chi phí, và cũng bị ảnh hưởng nhiều hơn khi được bạn bè gợi ý.

Không phải ngẫu nhiên mà trang web mua bán online nổi tiếng Amazon.com lại khởi xướng một chương trình mang tên "Amazon Mom" (tạm dịch: Những người mẹ trên Amazon) vào năm ngoái. Họ cũng không vô tình khi mua lại Zappos và Quidsi với giá 1,8 tỉ đôla Mỹ. Theo Cục điều tra dân số US Census Bureau của Mỹ, tiêu dùng của nữ chiếm 80% chi phí tiêu dùng, tương đương với 5 ngàn tỉ đôla mỗi năm.

Nhiều công ty thương mại điện tử ngày nay đang xây dựng được những cộng đồng thực sự và đạt doanh thu thực sự, vô cùng nhanh chóng, bằng cách khai thác có chủ ý quyền năng của người tiêu dùng nữ. Không ít công ty đã trở thành điển hình cho việc tận dụng "girl power" (tạm dịch: quyền năng phụ nữ). Phần lớn những người sáng lập ra các công ty thương mại điện tử này cũng đồng thời là phụ nữ - một xu hướng khá thú vị trong lĩnh vực công nghệ thông tin và thương mại điện tử.

Phụ nữ đang thực sự trở thành một quyền năng lớn trên internet. Ảnh minh họa.

(Nguồn: Internet)

Sheryl Sandberg, Giám đốc Điều hành của Facebook chia sẻ, phụ nữ không chỉ chiếm đa số người sử dụng mạng xã hội này, mà còn chi phối 62% các hoạt động như gửi tin nhắn, cập nhật

thông tin và bình luận. Nữ giới có số lượng bạn bè trên Facebook nhiều hơn 8% so với nam giới, và sử dụng nhiều thời gian trực tuyến hơn.

Còn về các trò chơi, có vẻ như đó vốn là thành trì của đàn ông? Thế nhưng "người khổng lồ" về trò chơi trực tuyến mạng xã hội Zynga cho biết 60% người chơi là phụ nữ. Và một cuộc khảo sát được thực hiện bởi công ty game PopCap cho thấy phụ nữ chiếm đa số lượng người tham gia trò chơi của họ.

Phụ nữ cũng chiếm ưu thế trên Twitter, vốn là một trang mạng xã hội khó sử dụng và khá rắc rối. Nữ giới follow (theo) nhiều người hơn, tweet (nhắn tin) nhiều hơn và có nhiều follower (người theo) hơn hẳn so với đàn ông.

Các trang mạng dưới đây cũng đang nằm dưới "chế độ mẫu quyền" - phần lớn người sử dụng là nữ: Twitter, Facebook, Deli.cious, Docstoc, Flickr, Myspace, Ning, Upcoming.org, uStream, Classmates.com, Bebo và Yelp. Chỉ duy nhất một trang mạng có "chế độ phụ quyền" nơi đàn ông tham gia nhiều hơn là Digg.

Thật thú vị khi phụ nữ cũng thống trị các trang như web đặt bàn Opentable và web tìm quán bar, nhà hàng Yelp. Theo Yelp, mặc dù một nửa số lượng người tham gia website là đàn ông, nhưng phần lớn những đóng góp và giao dịch bằng thương mại điện tử lại là phụ nữ. Còn theo Opentable, hầu hết các yêu cầu đặt chỗ xuất phát từ nữ giới. Tại sao lại như vậy? Có vẻ phụ nữ mới là người quyết định về việc đi đâu và ăn gì.

Có lẽ ngày nay những thực tế đó không còn mấy lạ lẫm. Trong quan hệ và giao thiệp, phụ nữ luôn là những người dễ gần gũi, thú vị, và đa năng hơn. Một nghiên cứu về nhân loại học cũng chứng minh phụ nữ có khả năng duy trì nhiều các mối quan hệ hơn đàn ông.

Phụ nữ là bộ định tuyến và khuếch đại của các mạng xã hội. Họ đồng thời là năng lượng tên lửa cho thương mại điện tử. Các cuộc tranh cãi về vai trò của phụ nữ trong công nghệ từ trước đến giờ đã bỏ qua những thực tế quan trọng này. Công ty mạng nào khai thác được quyền năng của khách hàng nữ cũng sẽ "làm mưa làm gió" khắp thế giới.