

MICROSOFT “MUA CHUỘC” NGƯỜI DÙNG WEB

Với quyết tâm kéo người dùng trở lại với Live Search, Microsoft đã ra mắt một chương trình trao thưởng cho người dùng sử dụng cỗ máy tìm kiếm của họ.

Chương trình này có tên là Search Perks, với mục tiêu ban đầu là lôi kéo người d&

Với quyết tâm kéo người dùng trở lại với Live Search, Microsoft đã ra mắt một chương trình trao thưởng cho người dùng sử dụng cỗ máy tìm kiếm của họ.

Chương trình này có tên là Search Perks, với mục tiêu ban đầu là lôi kéo người dùng Internet ở Mỹ từ bỏ thói quen sử dụng Google để quay trở lại với cỗ máy tìm kiếm Live Search của họ. Theo đó, mỗi khi người dùng sử dụng máy tìm kiếm của Microsoft, một phần mềm có tên là Volish sẽ tự động ghi nhớ và tính điểm. Số điểm tối đa mà một người dùng có thể nhận được trong ngày là 25 điểm và số điểm này sẽ được tích lũy dần dần để quy đổi thành giải thưởng.

Bảng giải thưởng và số điểm tương ứng

Tạm thời Microsoft mới chỉ đưa ra một số giải thưởng như được tải 5 bản nhạc miễn phí, vé máy bay (chỉ áp dụng với các chuyến bay nội địa của các hãng American Airlines, Delta và US Airways), máy nghe nhạc Zune, phiếu giảm giá khi mua bản Vista Home Edition, áo thun Microsoft, máy chơi game Xbox... tùy thuộc vào số điểm mà người dùng tích lũy được.

Tất nhiên là Microsoft cũng đặt ra những điều kiện. Trước hết người dùng phải đăng ký tham gia chương trình, tải và cài đặt phần mềm Volish và đặc biệt là phải sử dụng IE 6.0 trở lên cùng với hệ điều hành Windows. Còn nếu sử dụng các trình duyệt khác như FireFox, Safari hay đặc biệt là Chrome thì đừng bao giờ hy vọng được nhận giải thưởng.

Thời hạn đăng ký tham gia chương trình này là đến hết ngày 31/12/2008 và thời điểm có thể quy đổi điểm số ra giải thưởng là vào 15/4/2009. Microsoft hy vọng đến thời điểm đó họ có thể lôi kéo thêm được khoảng 250.000 người dùng mới. Nếu không đạt mục tiêu này, chương trình Search Perks sẽ bị hủy bỏ.

Thực ra đây là một “chiến thuật” không phải mới của Microsoft vì trước kia họ đã từng đưa ra một chính sách trả tiền cho các doanh nghiệp nếu thuyết phục được nhân viên bỏ Google để sử dụng máy tìm kiếm của họ. Chính sách này đã thất bại một cách khá thảm hại mà dễ thấy nhất là thị phần của họ so với Google liên tục sụt giảm trong những tháng gần đây. Ví dụ, theo số liệu theo

dõi và khảo sát của comScore (công bố hồi giữa tháng 9) thị phần trong tháng 7 của Google là 61,9%, tháng 8 là 63% trong khi đó thị phần của Microsoft lại giảm từ 8,9% (tháng 7) xuống chỉ còn 8,3% (tháng 8). Đồng hành với Microsoft là Yahoo khi thị phần của hãng tìm kiếm số 2 này giảm từ 20,5% xuống còn 19,6% trong tháng 8/2008.

“Mục tiêu dài hạn của chúng tôi chỉ là muốn thay đổi thói quen cố hữu của người dùng”, Whitney Burk – người phát ngôn của Microsoft nói.