

MẠNG XÃ HỘI SẼ QUYẾT ĐỊNH MỌI NỘI DUNG TRÊN WEB

Thông

Thông qua Google, MySpace... mọi người sẽ tự lựa chọn thông tin gì cần được đăng lên và tất cả nỗ lực của ngành công nghiệp web đều xoay quanh các ứng dụng cho người tiêu dùng, chứ không phải cho doanh nghiệp.

Theo Dan Scheinman, Phó chủ tịch bộ phận giải pháp truyền thông của Cisco, điều này đã được chứng minh qua thành công của nhiều dịch vụ như Google, Skype, Yahoo và YouTube. Tham gia mạng xã hội cũng là cách tốt nhất để các công ty tìm hiểu nội dung sẽ được phân phối và tiêu thụ thế nào trong tương lai.

"Chúng ta cần dành thời gian nhiều hơn cho Facebook và MySpace để có thể hiểu cộng đồng mạng xã hội đang tác động đến thế giới như thế nào", Scheinman khẳng định.

Dù mạng xã hội được coi là sân chơi của giới trẻ, đặc biệt là học sinh phổ thông trung học, nó đang giúp các nhà quảng cáo tiếp cận người tiêu dùng bình dân. Thành công bất ngờ của đoạn video thử nghiệm phản ứng giữa đồ uống Diet Coke và Mentos trên YouTube đã đem đến cho Coca-Cola cái nhìn mới mẻ về quảng bá sản phẩm trong môi trường nội dung do người sử dụng tự tạo.

Toàn ngành kỹ thuật và giải trí cũng bị buộc phải thay đổi phương thức hoạt động kiểu cũ để thích nghi với xu hướng mới. Các ý tưởng mới không còn đi theo lộ trình truyền thống: từ nghiên cứu tại trường đại học được áp dụng vào ngân hàng, doanh nghiệp rồi đến nhà cung cấp dịch vụ. Hiện nay, các ứng dụng phục vụ trực tiếp người tiêu dùng rồi mới thu hút các nhà cung cấp dịch vụ, còn doanh nghiệp là đối tượng sử dụng sau cùng.

"Nếu muốn ai đó biết đến sản phẩm của mình, bạn phải tính toán việc phân phối nó như thế nào. Thời nay là thông qua mạng xã hội. Đó là nguyên nhân hãng News thu tóm MySpace.com. Đây được coi là một động thái thông minh bởi họ sẽ có trong tay một cộng đồng lớn", Scheinman nhận xét. "Bức tranh toàn cảnh về vai trò của mạng xã hội sẽ rõ ràng hơn trong vài năm tới, nhưng giờ là lúc doanh nghiệp cần chuẩn bị tinh thần đón nhận nó".

