

YAHOO TĂNG CƯỜNG HỢP TÁC VỚI BÁO CHÍ TRUYỀN THÔNG

Thứ ba

Thứ hai tuần này (16/4), Yahoo công bố bổ sung thêm bốn hãng xuất bản nữa vào tập đoàn kinh doanh Internet chuyên bán quảng cáo trên mạng. Một động thái cho thấy Yahoo đang tăng cường mở rộng quan hệ làm ăn với ngành báo chí và truyền thông.

Trên cơ sở hợp tác này, Yahoo sẽ mở rộng phạm vi dự án kinh doanh, không chỉ dừng ở việc bán các quảng cáo tuyển dụng như giai đoạn đầu nữa. Thay vào đó, Yahoo sẽ tích hợp công nghệ tìm kiếm của hãng trên các trang của hơn 264 tờ báo của 44 bang thuộc tập đoàn.

Yahoo và các nhà xuất bản cũng thoả thuận chia sẻ những tin tức địa phương giữa các báo và mạng tin tức rộng lớn của Yahoo cũng như việc bán các quảng cáo trực tuyến ở địa phương và sử dụng công nghệ quảng cáo đồ hoạ của Yahoo trên các tờ báo.

Thoả thuận hợp tác lần đầu được công bố hồi tháng 11 năm ngoái, tập trung vào việc bán các quảng cáo tìm việc trực tuyến. Đó là thoả thuận kết hợp giữa doanh thu khổng lồ của các tờ báo địa phương với diện bao phủ toàn quốc của dịch vụ tìm việc online HotJobs của Yahoo. Tuy nhiên những điều khoản thoả thuận cụ thể về tài chính lần đó không được tiết lộ.

Kể từ đó tới nay đã có 4 nhà xuất bản báo chí khác tham gia hợp tác, đó là McClatchy, hãng báo chí có lượng phát hành đứng thứ ba trong nước, Media General, Morris Communications Company LLC, và Paddock Publications.

Cuối tháng 3 vừa qua, hãng McClatchy công bố đã ký riêng một bản hợp đồng với Yahoo, cho phép tập đoàn này sử dụng những truyện tin tức và các nội dung trực tuyến cụ thể do các bộ phận của McClatchy tại nước ngoài sản xuất. Cả hai công ty đều khẳng định họ sẽ chia sẻ lợi nhuận, song không đưa ra các số liệu cụ thể.

Việc phát triển hợp tác bán quảng cáo giữa tập đoàn báo chí với Yahoo đã mở rộng thêm hoạt động của một bộ phận trong ngành giữa những tờ báo đó và hai nhà xuất bản hàng đầu là Gannett và Tribune. Tribune và Gannett đã thành lập mạng lưới riêng bán quảng cáo trực tuyến trên toàn quốc.

Đây cũng là hai hãng nắm giữ cổ phần lớn nhất của CareerBuilder, một doanh nghiệp lớn chuyên bán các quảng cáo rao vặt tuyển dụng.

Tìm mọi chiêu thức để gạt hái lợi nhuận từ quảng cáo trực tuyến đã trở thành nhu cầu thiết yếu của các hãng báo chí khi độc giả cũng như nhà quảng cáo tiếp tục “tìm đường” sang Internet. Rất nhiều tờ báo một mặt công bố mức lợi nhuận tăng trưởng nhờ hoạt động quảng cáo trực tuyến, nhưng mặt khác, yếu tố chiếm phần lớn trong hoạt động kinh doanh của họ là quảng cáo trên báo in lại đang lâm vào khủng hoảng.

Tháng trước, Hiệp hội báo chí Mỹ (NAA) cho biết, lượng quảng cáo trên báo in nói chung đã giảm 1,7% trong năm 2006, trong khi đó quảng cáo trực tuyến tăng 31,5%, tổng lợi nhuận quảng cáo giảm 0,3%.

Đỗ Dương