

MICROSOFT “LAO ĐẠO” VÌ WINDOWS LIVE

Bộ dịch

Bộ dịch vụ Internet mới nhãn hiệu Windows Live khai trương năm 2005 đã gây ra quá nhiều “tổn hại” cho đại gia phần mềm lớn nhất thế giới, đẩy Microsoft vào thế tụt hậu rất xa so với đối thủ Google.

Hôm thứ năm tuần qua, gã khổng lồ phần mềm công bố mức dự đoán doanh thu cả năm 2006 với bộ dịch vụ kinh doanh Internet giảm từ 11% xuống còn khoảng 3 đến 8%. Microsoft cũng thừa nhận thị phần trong lĩnh vực tìm kiếm của hãng đã tụt dốc.

So với một năm trước đó, lượng tìm kiếm trên Windows Live Search đã giảm gần 10%, trong khi Google tăng hơn 22%. Hiện tại, Google giữ vị trí quán quân trong lĩnh vực tìm kiếm với 50,8% thị phần, tiếp đó là Yahoo với 23,6% và chót bảng là Microsoft với tỷ lệ khiêm tốn là 8,4%.

Các chuyên gia phân tích cho rằng, mặc dù là quá sớm để đưa ra dự đoán về việc “khai tử” Windows Live, nhưng rõ ràng trong năm đầu tiên trình làng, bộ dịch vụ trực tuyến này chưa gây được ấn tượng khả quan.

Ông Michael Cherry, chuyên gia phân tích hàng đầu về Windows cho rằng: “Có quá nhiều lo ngại về những mục tiêu không đạt được hay như bước phát triển giật lùi của Microsoft trong cuộc đua với Google về thị trường phần mềm tiêu dùng hỗ trợ quảng cáo. Tuy nhiên, đây lại là vấn đề mang tính dài lâu, vì thế tôi chưa thể đoán định gì mà chỉ dựa vào những số liệu các quý”.

Mặc dù Microsoft không đưa ra thông số cụ thể của các dịch vụ nhãn hiệu Live, song dường như bộ dịch vụ mới đang khiến tập đoàn này thêm trì trệ.

Ông David Smith, chuyên gia phân tích của Gartner nói: “Bộ dịch vụ mới có nhãn hiệu Live của Microsoft đã làm rối tung mọi thứ và gây tổn hại nhiều cho hãng này. Rất có thể chính nó đã đẩy đại gia phần mềm vào tình trạng như hiện nay. Họ đã tạo ra một nhãn hiệu mới song lại chưa tạo được bản sắc riêng cho nó”.

Ông Smith cũng cho rằng sẽ là quá sớm để đưa ra những “phán quyết cuối cùng” về chiến lược kinh doanh của Microsoft, song đây là thời điểm để họ giải thích rõ ràng về điều đó.

Microsoft đã bỏ ra hàng tỉ USD để lãng xê cho nhãn hiệu Windows Live. Họ đã tách các dịch vụ Internet tiêu dùng trực tuyến, miễn phí (như email và tin nhắn trực tiếp) khỏi MSN và tạo riêng công cụ tìm kiếm trực tuyến miễn phí.

Hồi tháng 5 năm ngoái, Microsoft tung ra chương trình tìm kiếm sinh lời AdCenter và không ngừng nỗ lực giành chiếm thị phần với quân quân Google. Trong khi đó, dù chậm hơn ba tháng, nhưng Yahoo vẫn kịp triển khai một nền tảng tìm kiếm thế hệ mới.

Ai cũng biết các chương trình quảng cáo chỉ thực sự thành công khi có người “ngó ngàng” tới những mẫu quảng bá sản phẩm. Nhưng liệu rằng có bao nhiêu người nghĩ tới địa chỉ www.live.com mỗi khi cần tìm kiếm trên Internet? Thậm chí rất nhiều người sử dụng nền web 2.0 còn không biết “trên đời” có một cỗ máy tìm kiếm thuộc sở hữu của Microsoft!

Ông Adam Sohn, chủ nhiệm nhóm dịch vụ trực tuyến của Microsoft thừa nhận, tốc độ phát triển trong dịch vụ tìm kiếm và quảng cáo không tốt như hãng của ông mong muốn.

Ông nói: “Chúng tôi thấy thoải mái trong thời buổi quá độ, song sẽ vẫn chú tâm tới những thách thức đặt ra với sự phát triển của lĩnh vực tìm kiếm. Còn rất nhiều cơ hội cải thiện và chúng tôi cần phải nỗ lực hơn để tăng tốc phát triển cũng như nâng mức thị phần”.

Gã khổng lồ chưa chịu thúc thủ

Dẫu vậy thì Microsoft vẫn có khá đông đảo lượng người dùng các dịch vụ Windows Live Mail, Live Messenger và số lớn độc giả của MSN. So với một năm trước đó thì số người dùng đã tăng 40%, số lượt xem các trang tăng ít nhất 30%. Doanh thu từ quảng cáo cũng tăng 20%.

Tất nhiên không phải Microsoft muốn khuyếch trương ngành kinh doanh dịch vụ vượt cả lĩnh vực phát triển phần mềm. Bên cạnh các dịch vụ, tập đoàn này không quên để mắt tới tiềm năng, ngày càng có nhiều phần mềm, nhất là loại phần mềm tiêu dùng, được cung cấp trực tuyến và trong nhiều trường hợp còn hỗ trợ thêm quảng cáo.

Bằng chứng là Microsoft đang xem xét việc tạo ra các phiên bản của phần mềm mới nhất Works ở dạng hoặc cung cấp trực tuyến, hoặc hỗ trợ quảng cáo hoặc kết hợp cả hai hình thức này.

Ông Cherry phàn nàn về chuyện các dịch vụ Windows Live không hoạt động được trên các trình duyệt của đối thủ cạnh tranh. Ông dẫn chứng: "Microsoft Windows và các dịch vụ Office Live không thể hoạt động độc lập. Chúng chỉ chạy được trên chính trình duyệt của Microsoft và phải là phiên bản mới nhất. Vì thế, tôi băn khoăn không hiểu liệu họ có hiểu thế nào là thương trường không nữa".

Nhưng theo ông Sohn, người dùng vẫn có thể dùng Live Search và hầu hết các dịch vụ của Windows Live ngoại trừ một số loại như Virtual Earth và một vài dịch vụ MSN trên bất cứ trình duyệt nào. Về những phiền phức đó, ông Sohn cho biết các kỹ sư đang tìm cách giải quyết.

Bất chấp những trở ngại này, giới kinh doanh Internet vẫn tin tưởng, Microsoft sẽ không dễ bỏ cuộc trong cuộc chiến giành thị phần trên Internet. Ông Sohn khẳng định: "Đây là một canh bạc về lâu về dài. Những thách thức sẽ rất lớn nhưng đáng để bỏ tâm huyết giải quyết và để thành công, chúng tôi sẵn sàng cống hiến mọi nguồn lực có thể".

Đỗ Dương