

LỢI NHUẬN QUÝ IV CỦA YAHOO TĂNG VƯỢT DỰ KIẾN

Hôm th

Hôm thứ ba (23/1), con số lợi nhuận quý cuối cùng năm 2006 vừa được Yahoo công bố đã vượt mức dự kiến của chuyên gia. Đột phá này không những giúp đại gia Internet xoá bỏ được tình trạng tài chính u ám gần đây, mà còn là động lực để Yahoo đẩy nhanh công cuộc giới thiệu những nâng cấp trong lĩnh vực quảng cáo, công nghệ đóng vai trò mấu chốt trong sự phát triển của tập đoàn này.

Sau công bố về thành công quý 4 năm qua của ban quản lý Yahoo, cổ phiếu của hãng đã tăng thêm 5%. Cụ thể hơn, doanh nghiệp có trụ sở tại Sunnyvale này cho biết, họ đã kiếm được 268,7 triệu USD, tương đương với 19 cent/cổ phiếu trong ba tháng cuối năm 2006, thời điểm luôn được coi là mùa làm ăn rầm rộ nhất trong năm của những website mà doanh thu chủ yếu dựa vào quảng cáo như Yahoo.

Cũng trong cuộc họp thứ ba tuần này, chủ tịch Yahoo, ông Terry Semel cho biết công ty ông lần đầu tiên sẽ triển khai tại Mỹ một thể thức làm ăn mới, theo đó sẽ tìm ra quảng cáo nào được kích chọn nhiều nhất để chia sẻ hoa hồng doanh thu.

Hiện tại Yahoo đang lên kế hoạch trình làng một nền tảng dịch vụ quảng cáo mới có tên mã là Project Panama hôm 5/2, tức là gần hai tháng trước thời điểm dự kiến được ban lãnh đạo công bố hồi tháng 10 năm ngoái.

Thoạt đầu, Yahoo định ra mắt Panama vào cuối năm qua, nhưng rồi hãng quyết định đình lại để có thêm thời gian cho các kỹ sư hoàn thiện nốt những sai sót.

Nguồn: AP.

Ông Semel nói: “Chúng tôi cho rằng điều quan trọng là chất lượng chứ không phải tiến độ. Chúng tôi đã có đủ khoảng thời gian cần thiết và kết quả thử nghiệm là rất ấn tượng”.

Mặc dù ra mắt Panama sớm hơn dự kiến, song ban lãnh đạo Yahoo vẫn dự tính doanh thu quý đầu năm nay của họ sẽ thấp hơn dự đoán của các chuyên gia. Một số chuyên gia phân tích cho rằng, quan điểm dè dặt này của Yahoo đã tạo cho họ một “đường lùi” trong trường hợp sản phẩm mới nâng cấp Panama không đem lại doanh thu ngay lập tức.

Ông Peter Hershberg, Giám đốc quản lý của Reprise Media, đơn vị quản lý chiến dịch quảng cáo trực tuyến nói: “Yahoo không thể để Panama kém hiệu quả sau khi đã phải dành quá nhiều thời gian chào mời những ích lợi của dịch vụ quảng cáo mới này. Đây sẽ là yếu tố hoặc xây dựng hoặc sẽ huỷ hoại Yahoo”.

Về phía ban lãnh đạo Yahoo, ông chủ tịch Semel vẫn tỏ ra hết sức tự tin với dịch vụ Panama sắp tới. Ông dự đoán, dịch vụ này sẽ giúp Yahoo trở thành một trong hai hoặc ba kênh quảng cáo đứng đầu thế giới.

Yahoo đã kết thúc năm 2006 với những con số đáng thuyết phục, doanh thu quý bốn đạt 1,7 tỉ USD, tăng 1,5 tỉ USD so với năm trước đó. Nếu trừ đi khoản hoa hồng quảng cáo cho các đối tác, tổng doanh thu quý 4 của Yahoo đạt 1,23 tỉ USD, tăng 15% so với năm 2005 và 10% so với quý 3/2006.

Các nhà đầu tư đánh cược rằng, Panama sẽ là yếu tố thu hẹp khoảng cách tài chính của Yahoo so với đối thủ Google trong năm nay, góp phần làm tăng 8% giá cổ phiếu của hãng này trong ba tuần đầu năm 2007.

Không chỉ thua xa Google trong lĩnh vực tìm kiếm sinh lời khổng lồ, Yahoo còn không đuổi kịp đại gia này về loại hình xã hội ảo, mặc dù số đăng ký sử dụng dịch vụ của Yahoo tháng 12 năm qua đã tăng kỷ lục 423 triệu lượt.

Những trục trặc đó đã đẩy Yahoo vào tình thế buộc phải cải tổ đội ngũ lãnh đạo công ty hồi tháng qua. Theo đó, giám đốc tài chính Susan Decker được bổ nhiệm cương vị giám đốc điều hành quảng cáo sau khi người đảm trách vị trí này trước đó là ông Dan Rosensweig sẽ “ra đi” vào tháng 3 tới.

Theo ý kiến của ông Bill Wise, tổng giám đốc hãng quảng cáo trên Internet Did-It Search Marketing, rất có thể dịch vụ mới Panama và những thay đổi về cơ cấu nhân sự nói trên sẽ tạo được luồng sinh khí mới cho Yahoo.

Đỗ Dương

