

FLOG - LẬP BLOG GIẢ ĐỂ TIẾP THỊ SẢN PHẨM

Một số

Một số công ty, trong đó có Sony và Wal-Mart, đã lập trang web "cá nhân" để đăng bài tán dương sản phẩm và dịch vụ của họ. Trong khi đó, nhiều hãng khác lại thuê blogger nổi tiếng viết bài ca ngợi.

Chỉ trong ngày 22/12, hãng thống kê trực tuyến Technorati đã phát hiện ra 63 blog đáng ngờ, hay còn gọi là flog.

Chiêu thức quảng cáo hoàn toàn mới này xuất hiện nhờ sự phổ biến của web cá nhân với khả năng "lan truyền kiểu virus". Hãng máy tính giải trí thuộc tập đoàn Sony tại Mỹ tuần trước thừa nhận họ đã cố tình tạo một blog giả mạo với bài viết: "Tất cả những gì tôi muốn vào kỳ nghỉ Giáng sinh là một chiếc Sony PlayStation Portable".

Những bài đánh giá sản phẩm trên blog thường có ảnh hưởng lớn. Ảnh: G-marketing-Blog.

Chủ nhân của blog này tự giới thiệu là một người viết nhạc hip-hop nghiệp dư có tên Charlie. Sau khi bị phát hiện, Sony đăng một thông điệp ngắn trên Charlie blog với lời xin lỗi vì đã "hơi quá khôn ngoan".

Hệ thống bán lẻ lớn nhất thế giới Wal-Mart (Mỹ) cũng bị chỉ trích hồi tháng 10 khi viết nhật ký trực tuyến dưới danh nghĩa cặp vợ chồng Laura và Jim. Hai người này đi du lịch xuyên quốc gia bằng ô tô và họ đã rất cảm kích khi Wal-Mart cho phép họ đỗ nhờ chiếc xe cổng kênh qua đêm cũng như trước thái độ phục vụ tận tình của các nhân viên Wal-Mart. Tuy nhiên, tạp chí Business Week khám phá ra rằng chuyến du lịch xuyên Mỹ của đôi này thực chất là do Wal-Mart tài trợ.

Hiện tượng flog đang khiến khách hàng nhìn nhận sai lệch về sản phẩm và dịch vụ của các công ty. Ủy ban thương mại Mỹ (FTC) đã cảnh cáo rằng tất cả những blog kiểu này sẽ sớm bị đóng cửa.

Không chỉ blog, trang chia sẻ video YouTube và mạng xã hội dành cho thanh thiếu niên MySpace cũng đang trở thành nơi để các doanh nghiệp tự giới thiệu về mình.