

MICROSOFT ĐỔ TIỀN VÀO QUẢNG BÁ ZUNE

Sau mộ

Sau một tháng đưa Zune ra thị trường, Microsoft đang tìm cách quảng bá cho thiết bị này một cách rầm rộ, nhằm thu hút sự quan tâm của nhiều người quan tâm hơn nữa.

Giám đốc marketing của Microsoft, ông Jason Reindorp, cho biết, họ đang muốn bỏ thêm tiền vào quảng cáo. Trong tháng vừa rồi, Zune đã nhận được nhiều lời nhận xét trái ngược. Thực tế cho thấy, tuần đầu Zune bán khá chạy nhưng những tuần sau đó doanh số giảm đáng kể.

Một hình ảnh quảng cáo ngộ nghĩnh về Zune. Ảnh: Infoworld.

Giống như những máy nghe nhạc lần đầu tiên ra mắt, Zune cũng gặp những vấn đề về phần mềm và một số trục trặc với kho nhạc Zune Market của mình. Phần lớn những người đến với Zune đều có một ý nghĩ là muốn sở hữu một thiết bị có khả năng chia sẻ và kết nối Wi-Fi. Đây cũng chính là điểm ăn khách của thiết bị này. Tuy nhiên, để nhiều người biết về Zune hơn thì Microsoft phải đầu tư mạnh vào quảng cáo nữa. Hãng sản xuất phần mềm lớn nhất thế giới đã ký hợp đồng cùng một số chương trình truyền hình để làm những show quảng cáo về Zune, ngoài ra, còn thêm cả các banner quảng cáo ngoài trời, tờ rơi, các chương trình khuyến mãi chủ yếu nhằm vào đối tượng tuổi từ 18 – 28.

Microsoft cũng phải thừa nhận rằng họ đang muốn cạnh tranh với Apple về độ “ồn ào”. Peter Kingsley, Giám đốc thương mại của Zune, cho biết họ cũng nhận thấy rằng Zune cần phải được nhắc đến nhiều hơn nữa và phải luôn hiện hữu trong ý nghĩ của mọi người mỗi khi nhắc đến máy nghe nhạc. Kingsley tiết lộ, mục tiêu của công ty là muốn quảng bá Zune như một hiện tượng của gia đình các thiết bị không dây.

Đức Thanh