

AMAZON BÁN CẢ ... THỰC PHẨM

Gã khổng lồ Amazon.com vừa bổ sung thêm thực phẩm vào danh mục bán hàng của hãng, một bước đi thận trọng vào một trong những lĩnh vực "thương đau nhất" của thời kỳ .com xì hơi.

Nguồn: Reuters

Thờ

Gã khổng lồ Amazon.com vừa bổ sung thêm thực phẩm vào danh mục bán hàng của hãng, một bước đi thận trọng vào một trong những lĩnh vực "thương đau nhất" của thời kỳ .com xì hơi.

Nguồn: Reuters

Thời gian đầu, dịch vụ chỉ giới hạn trong những thực phẩm không đòi hỏi độ tươi như bột ngũ cốc, mỳ Ý hoặc đồ hộp. Tuy nhiên, khác với các site bán thực phẩm qua mạng trước đây, Amazon có thể chuyển hàng tới bất cứ khách hàng nào, ở bất cứ nơi đâu trên thế giới chứ không hạn chế trong một khu vực nhỏ hẹp. Thời gian qua, Amazon chứng kiến tốc độ tăng trưởng chậm chạp do bị cạnh tranh gay gắt. Họ đã dốc túi đầu tư mạnh mẽ cho những nội dung và công nghệ mới để thu hút khách hàng tiềm năng và củng cố thêm lòng trung thành của các khách hàng cũ. Cũng giống như nhiều hạng mục sản phẩm mà Amazon từng bổ sung trong những năm qua, thực phẩm được giới thiệu một cách lặng lẽ trên website của hãng từ hôm 25/5, thông qua một trang thử nghiệm. "Chúng tôi muốn mang đến cho khách hàng một địa chỉ mua sắm tổng hợp, nơi họ có thể tìm thấy bất cứ thứ gì mình cần, mà thực phẩm thì luôn là thứ khách hàng quan tâm. Cũng như bất cứ cửa hàng nào khác, chúng tôi luôn tìm cách đa dạng hóa mặt hàng kinh doanh của mình", người phát ngôn của hãng cho biết. Trong suốt thời kỳ bùng nổ Internet vào cuối thập niên 90, giới đầu tư đã rót tiền như nước vào một loạt cửa hàng thực phẩm trực tuyến như Webvan. Dự án này từng được quảng cáo là "kế hoạch tham vọng" trị giá tới 1 tỷ USD nhưng đã nhanh chóng phá sản ngay sau khi cơn sốt xì hơi vào năm 2001. Những trang thực phẩm trực tuyến sống sót được qua thời kỳ ấy nay cũng hoạt động khá cầm chừng. Một số hệ thống thực phẩm truyền thống như Safeway lại cho phép khách hàng đặt hàng qua mạng, nhưng hạn chế đủ điều về mặt hàng

và địa điểm. Thiên Ý