

HEWLETT-PACKARD: "CHÂU Á ĐỪNG MONG DÙNG LAPTOP HP GIÁ RẺ!"

Nguồn: Gizmodo

Hewlett-Packard, hãng sản xuất máy tính cá nhân lớn thứ hai thế giới, sẽ kiên quyết không chạy đua về giá với đối thủ truyền kiếp Dell để giành giật thị phần tại châu Á, gi&aacu

Nguồn: Gizmodo

Hewlett-Packard, hãng sản xuất máy tính cá nhân lớn thứ hai thế giới, sẽ kiên quyết không chạy đua về giá với đối thủ truyền kiếp Dell để giành giật thị phần tại châu Á, giám đốc điều hành khu vực của hãng khẳng định. "Bạn đánh đổi thị phần với doanh thu của mình, bằng cách hạ giá liên tục? Mục tiêu của chúng tôi là ngôi vị số một tại châu Á, tất nhiên rồi, nhưng nó phải đảm bảo kinh doanh vẫn có lời", ông Tom Iannotti, giám đốc HP khu vực châu Á tuyên bố. Cả HP lẫn Dell, hãng chế tạo máy tính cá nhân số một thế giới, đều phải chịu thua Lenovo của Trung Quốc tại thị trường châu Á màu mỡ, chủ yếu bởi Lenovo luôn chào hàng những mẫu mã sản phẩm rẻ hơn. Cùng với thời gian, khi thị trường Bắc Mỹ và châu Âu trở nên bão hòa, châu Á đã nổi lên như một thị trường chiến lược và ngày càng quan trọng trong mắt các hãng, trong hành trình tìm kiếm tăng trưởng về doanh thu và lợi nhuận. "Lenovo và Dell từng bóng gió rằng quy tắc cuộc chơi tại châu Á phải là giá cả", nhà phân tích Brent Bracelin của Pacific Crest Securities cho biết. "Câu hỏi là liệu HP có thể thành công mà vẫn đứng ngoài quy luật này được hay không?", khi mà khó ai có thể nói rằng chất lượng của sản phẩm hãng nào là vượt trội? Trước đó, vào hôm 19/5, Chủ tịch khu vực châu Á- Thái Bình Dương của Dell, ông Steve Felice cho biết đang "chuẩn bị hạ giá hơn nữa tại châu Á để giành thị phần". Bản thân Lenovo cũng vừa giới thiệu laptop mới với mức giá rất bình dân. Chỉ có HP là chưa hề có động tĩnh gì. Nói chung, người ta có quyền hoài nghi về tính khả thi trong cam kết của ông Iannotti vào đúng ngày ông nhậm chức (1/5 vừa qua), rằng

"Nhiệm vụ đầu tiên của ông là đẩy nhanh tăng trưởng doanh thu cho HP tại châu Á", Bracelin nhún vai. Thiên Ý