

YAHOO HỢP TÁC CÙNG EBAY - MỐI LO LỚN CHO GOOGLE

Chỉ một ngày sau khi được dự báo, hai đại gia của làng Internet đã tuyên bố liên minh với nhau trong cuộc chiến chống lại các đối thủ Google, Microsoft và AOL. Theo bản hợp đồng kéo dài nhiều năm được công bố đêm qua, Yahoo và eBay sẽ kết hợp sức mạnh của nhau tr

Chỉ một ngày sau khi được dự báo, hai đại gia của làng Internet đã tuyên bố liên minh với nhau trong cuộc chiến chống lại các đối thủ Google, Microsoft và AOL. Theo bản hợp đồng kéo dài nhiều năm được công bố đêm qua, Yahoo và eBay sẽ kết hợp sức mạnh của nhau trong các lĩnh vực thanh toán, quảng cáo trực tuyến và truyền thông để có thể thu hút được nhiều người dùng hơn nữa. Ngay sau thông tin này, giá cổ phiếu của cả hai hãng đều tăng vọt. Rõ ràng, giới đầu tư thực sự kỳ vọng về những cơ hội kiếm tiền mới mà bản hợp đồng giữa hai trong số doanh nghiệp cao niên nhất, thành công nhất làng Internet mang lại. Cụ thể, Yahoo vận hành trang Web được truy cập nhiều nhất thế giới với 402 triệu người dùng và chỉ chịu thua mỗi Google trong việc thu hút quảng cáo trực tuyến. Năm ngoái, hãng đạt doanh thu 5,3 tỷ USD và lãi tới 1,9 tỷ USD, chủ yếu là nhờ quảng cáo online. Trong khi đó, eBay là hãng dẫn đầu về thương mại điện tử, với gần 200 triệu khách hàng từng tham gia đấu giá và 73 triệu khách hàng khác đang sử dụng dịch vụ thanh toán trực tuyến PayPal của hãng. Năm ngoái, hãng lãi tới 1,1 tỷ USD trên tổng số doanh thu 4,6 tỷ USD. Theo số liệu thống kê của Nielsen/NetRatings thì riêng trong tháng 4, đã có gần 113 triệu người Mỹ truy cập vào Yahoo hoặc eBay hoặc cả hai site này. Bước đi được dự báo Tuy nhiên, tuyên bố đêm qua của Yahoo và eBay không làm ai ngạc nhiên. Từ vài tuần nay, phố Wall đã xì vào về khả năng "Siêu sáp nhập" hoặc liên minh giữa các đại gia với nhau. Thậm chí có thời điểm, người ta còn cho rằng Microsoft muốn mua cổ phiếu của Yahoo. Mặc dù chưa thể tạo ra ảnh hưởng nào về tài chính trong năm nay, song hợp đồng giữa Yahoo và eBay chắc chắn khuấy động lãnh địa Internet, vốn đã kèn cựa cạnh tranh quyết liệt. Nhưng khác với hợp đồng Google-AOL, Yahoo và eBay không rút tiền cho nhau. Thay vào đó, hai bên "góp gạo thổi cơm chung", sử dụng các nguồn lực, tài nguyên của nhau theo cách tối ưu nhất để tăng doanh thu cho mình. Theo dự đoán của nhà phân tích Imran Khan của JP Morgan, liên minh này sẽ giúp eBay tăng doanh thu thêm 350 triệu USD vào năm tới, còn doanh thu năm 2007 của Yahoo sẽ thêm 150 triệu USD. Yahoo và eBay được gì?

Nguồn: AP

Theo thỏa thuận, Yahoo sẽ trở thành nhà cung cấp quảng cáo video độc quyền trên toàn bộ website của eBay. Tất nhiên, sẽ không thể bỏ sót những quảng cáo theo dạng kết quả tìm kiếm. Thêm nữa, nhãn hiệu và công cụ tìm kiếm của Yahoo sẽ được "trộn" thêm vào thanh công cụ trình duyệt của eBay, vốn đang được hơn 4 triệu người sử dụng. Chưa hết, hàng ngàn doanh nghiệp vừa và nhỏ đang gửi gắm mái nhà thương mại điện tử của họ tại eBay. Thuyết phục các doanh

ngành địa phương rót thêm tiền cho quảng cáo trực tuyến đang là ưu tiên số một của tất cả các công cụ tìm kiếm lớn. Vì lẽ đó, tiếp cận được với những doanh nghiệp này qua eBay, coi như Yahoo đã vượt trước một bước so với các đối thủ. Có lẽ họ sẽ chọn phương án khấu trừ phần trăm cho người dùng eBay chẳng? Trước khi Google ra đời, Yahoo! từng thống trị thị trường tìm kiếm. Giờ đây, với hợp đồng này, chỉ ít Yahoo cũng có thể khôi phục lại phần nào thị phần của mình. Đổi lại, Dịch vụ PayPal của eBay sẽ trở thành nhà cung cấp thanh toán "ưu tiên số một" cho mọi vụ mua bán trên Yahoo. Nên nhớ, Yahoo là điểm đến thông dụng của các hoạt động shopping, đấu giá và vô vàn các dịch vụ thuê bao. Thêm nữa, dịch vụ điện thoại Internet Skype của eBay sẽ được khai thác để xây dựng một mô hình marketing mới, cho phép nhà quảng cáo kết nối trực tiếp với người dùng qua điện thoại, thay vì qua Website. Một điểm lưu ý: Liên minh này sẽ không mở rộng tới Trung Quốc, một thị trường đang tăng trưởng nhanh chóng và đã trở thành ưu tiên hàng đầu của cả Yahoo lẫn eBay. Cuối cùng, eBay có thể giảm giá phần trăm cho mọi hoạt động giao dịch cần thanh toán qua PayPal trên Yahoo, giúp Yahoo tiết kiệm một khoản tiền đáng kể. Cùng ngắm bắn Google Trước cả khi liên minh với nhau, Yahoo và eBay đã chia sẻ một mối bận tâm chung: Chặn đứng sự bành trướng chóng mặt của Google. Trong vài tháng gần đây, Google đã xâm lấn vào địa hạt eBay khi chào hàng dịch vụ rao vặt miễn phí, đi kèm với một dịch vụ thanh toán trực tuyến hăng mới phát triển. Phải biết rằng eBay có một quan hệ rất đặc biệt với Google. "Họ ghét Google, ngại Google nhưng lại không thể thiếu Google", nhà phân tích Matthew Del Percio của Yankee Group nói.

Nguồn: AP

Với doanh thu 2,25 tỷ USD trong quý 1 và chiếm 43% thị phần tìm kiếm Web, Google hiển nhiên là ông vua của thị trường này. Vì thế, bi quan nhất, Google cũng chỉ coi bản hợp đồng giữa eBay với Yahoo là một vết thương nhẹ mà thôi. Tuy mất vị trí quảng cáo độc quyền trên eBay vào tay Yahoo, nhưng vị thế Google chẳng vì thế mà lay chuyển nhiều. Trên thực tế, tuy nổi danh với quảng cáo dạng text (với cả dịch vụ AdWords và AdSense) nhưng trước nay, Google vẫn thua xa Yahoo! về quảng cáo đồ họa và hình ảnh. Tức là bây giờ, coi như Google cũng chẳng có gì nhiều để mất. Chưa hết, nếu thành công với Google Base, một "cái chợ rao vặt" trực tuyến rõ ràng là muốn cạnh tranh với eBay, Google lại càng không có lý do để e ngại bản hợp đồng đem qua. Microsoft - Trâu chậm uống nước đục Microsoft nổi tiếng chậm chân trong những vụ việc kiểu này. Đây là lần thứ hai trong vòng 6 tháng hãng bỏ lỡ một cơ hội để tăng cường sự hiện diện của mình trên thị trường quảng cáo Internet. Năm ngoái, Time Warner đã từ chối đề nghị của Microsoft về mua một phần cổ phiếu của AOL. Đau hơn, Time Warner đã bán 5% cổ phần cho Google với cái giá 1 tỷ USD ngay sau đó. Giờ thì mong muốn được bắt tay cùng hoặc Yahoo!, hoặc eBay của hãng lại một lần nữa tan thành mây khói. Cùng với khoản đầu tư 1 tỷ USD gần đây của Google vào AOL, liên minh Yahoo-eBay đang đè nặng sức ép lên Microsoft, buộc hãng này phải gấp gáp

tìm kiếm đồng minh nếu muốn giành giật thị phần quảng cáo trực tuyến. Giới phân tích cho rằng Amazon.com, trang web bán lẻ số một Internet và MySpace.com, một địa chỉ mà dân teen "ra vào" nhiều nhất, là những ứng cử viên logic nhất. Thiên Ý