

YAHOO "LỘT XÁC" TRANG CHỦ

Yahoo sẽ trưng ra một khuôn mặt mới tinh vào chiều nay trong nỗ lực duy trì danh hiệu "điểm đến trực tuyến" phổ biến nhất thế giới và và quyến rũ các nhà quảng cáo.

Yahoo sẽ trưng ra một khuôn mặt mới tinh vào chiều nay trong nỗ lực duy trì danh hiệu "điểm đến trực tuyến" phổ biến nhất thế giới và và quyến rũ các nhà quảng cáo.

Nguồn: AP

Trong thời gian đầu, trang chủ mới sẽ chỉ xuất hiện tại Mỹ và châu Âu tại địa chỉ <http://www.yahoo.com/preview>. Với rất nhiều tính năng tương tác mới, người dùng sẽ không cần phải click qua các trang khác để xem thời tiết, email, nghe nhạc hay nhận biết tình hình giao thông trên địa bàn nữa. Một tính năng mới khác là Yahoo Pulse, chuyên cung cấp những bài nhận định sâu về các khuynh hướng văn hóa đang nổi lên trên thế giới. Thay da đổi thịt Yahoo tiến hành nâng cấp trang chủ vào giữa thời điểm cuộc chiến giành hit với các đối thủ truyền kiếp như MSN, AOL, Google đang bước vào giai đoạn gay gắt. Chưa hết, Yahoo còn phải dựng lên một hàng rào phòng thủ để chống lại sự xâm lược của những diễn đàn xã hội ảo kiểu như MySpace.com. "Mục tiêu của chúng tôi là xây dựng một trang web tuyệt nhất trên mạng Internet", Dan Rosenweig, giám đốc quản lý Yahoo cho biết. Đợt cải tổ này đánh dấu sự "thay da đổi thịt" quan trọng đầu tiên của trang chủ Yahoo kể từ tháng 9/2004 tới nay. Trên thực tế, nó là sự "lột xác" hoàn toàn so với bộ mặt trang Web Yahoo của những năm 1994, khi hai sinh viên đại học Stanford - Jerry Wang và David Filo mới lập ra. "Trước đây, site của Yahoo trông rất lạc hậu, loằng ngoằng. Nhưng giờ thì rất sạch sẽ, sáng sủa, hiện đại và cô đặc", nhà phân tích David Card của Jupiter Research nhận xét. Tuy nhiên, Card tin rằng trang web mới của Yahoo vẫn không thể gây ấn tượng với giới trẻ, những người đang dành phần lớn thời gian lướt web để lướt lờ, lợ mọ trong MySpace.com. Sự thay đổi đáng kể nhất của trang chủ mới là menu tương tác cao, với các biểu tượng thời tiết, giao thông, thông tin chiếu phim và truy cập nhanh tới các dịch vụ phổ biến của Yahoo như email, chat IM và nghe nhạc. Bước đi mạo hiểm Thế nhưng, cải tổ trang chủ cũng là một bước đi đầy mạo hiểm. Dĩ nhiên, Yahoo muốn nhíp bước cùng tốc độ thay đổi chóng mặt của Internet, nhưng nếu thay đổi quá nhiều, quá mạnh tay, những người dùng cũ - vốn đã quen với giao diện cũ - sẽ cảm thấy xa lạ và hẫng hụt. Để phòng ngừa tình huống xấu này xảy ra, Yahoo đã chọn bản thiết kế cuối cùng có tên mã "Spirit" sau nhiều tháng kiểm nghiệm với một nhóm người dùng tuyển chọn. Thận trọng hơn, họ còn không đặt giao diện mới làm trang chủ mặc định của Yahoo.com trong vòng vài tháng đầu tiên. Trong năm qua, hai website được ghé thăm nhiều nhất sau Yahoo là MSN và AOL cũng đã lần lượt thay đổi giao diện của mình. Lột xác kinh

khủng nhất phải kể đến MSN, với rất nhiều chiến lược tham vọng và bí mật của Microsoft. Về phần mình, tuy trang chủ của Google không có gì nhiều ngoài công cụ tìm kiếm, song hãng này lại cho phép người dùng tùy biến trang chủ theo sở thích cá nhân của mình. Cuộc chiến giành hit Số liệu thống kê tháng 4 vừa qua cho thấy: Yahoo dẫn đầu với 105,4 triệu khách truy cập, tăng 11% so với năm ngoái. MSN đứng thứ hai với 92,8 triệu lượt khác, tăng 6% so với năm ngoái. Theo sát là Google, với lượng truy cập tăng vọt 27% lên 92,1 triệu người. AOL giậm chân tại chỗ với 70,4 triệu người truy cập. Trong khi ấy, lưu lượng truy cập vào MySpace.com - chủ yếu và tuổi teen và thanh niên - đã tăng hơn gấp 4 lần trong vòng 12 tháng qua, đạt 38,4 triệu visitor riêng tại Mỹ. Thêm nữa, số trang web trong MySpace được xem đạt tổng cộng tới ... 19 tỷ trang trong tháng 4, qua mặt cả Google (11,9 tỷ trang), MSN (11,5 tỷ trang) và AOL (6,8 tỷ trang). Yahoo vẫn là website có nhiều trang được xem nhất, với 31,2 tỷ trang trong tháng 4. Song giới phân tích đều tin rằng tốc độ tăng trưởng thặng thiên của MySpace đang làm lu mờ tất cả các ông lớn. "Rồi các đại gia sẽ còn phải thay đổi nhiều nữa vì sự xuất hiện của những site như MySpace", nhà phân tích Mike McGuire của Gartner cho biết. Duy trì danh hiệu Website được xem nhiều nhất và có lượng truy cập nhiều nhất mang ý nghĩa cực kỳ quan trọng với Yahoo, một hãng có phần lớn lợi nhuận thu về từ quảng cáo. Thiên Ý