

YAHOO GIỚI THIỆU DỊCH VỤ "MÁCH NƯỚC" CÔNG NGHỆ

Hôm qua, gã khổng lồ Web Yahoo vừa khai trương một chuyên mục mới toanh nhằm giúp người dùng xoay sở trước làn sóng ra đời ồ ạt của hàng loạt công nghệ mới, đang làm thay đổi chóng mặt diện mạo của cuộc sống hiện đại.

Hôm qua, gã khổng lồ Web Yahoo vừa khai trương một chuyên mục mới toanh nhằm giúp người dùng xoay sở trước làn sóng ra đời ồ ạt của hàng loạt công nghệ mới, đang làm thay đổi chóng mặt diện mạo của cuộc sống hiện đại.

Nguồn: Reuters

Dưới tên gọi "Yahoo Tech", đây là nỗ lực mới nhất của Yahoo trong việc giành thêm thị phần trên thị trường quảng cáo Internet đang tăng trưởng vũ bão. Theo Yahoo, 19 tiểu mục sẽ dành cho các sản phẩm phổ biến, thông dụng nhất như laptop, ĐTDĐ, máy ảnh số và TV phân giải cao. Ngoài ra, Yahoo cũng sẽ cố gắng trình bày thông tin theo cách đơn giản nhất, gần gũi nhất, để độc giả không phải là chuyên gia về công nghệ cũng có thể hiểu được. "Chúng tôi muốn giải phóng người dùng khỏi sự thống trị của những thuật ngữ chuyên môn "trên trời", Patrick Houston, tổng giám đốc Yahoo Tech cho biết. Chưa hết, Yahoo Tech còn có thêm phần "Giới thiệu sản phẩm và tư vấn" từ Consumer Reports, PC World và PC Magazine, những trang web cực kỳ uy tín.

Không chỉ thu thập, tập hợp thông tin từ khắp thế giới Web, Yahoo còn tuyển dụng riêng bốn cố vấn công nghệ cao phụ trách chuyên mục. Họ sẽ chia sẻ với người dùng những cái nhìn, hiểu biết sâu sắc của mình về thế giới công nghệ với các thông tin, phân tích cập nhật hàng ngày. Mỗi cố vấn sẽ chăm sóc một khu vực độc giả riêng như "Các mẹ", "Người làm công ăn lương", "Các quý cô chơi Tech" và "giới choai choai". Bằng việc khai trương chuyên mục "Tư vấn công nghệ", Yahoo hy vọng sẽ trở thành điểm đến hấp dẫn hơn cho các nhà quảng cáo, các hãng chế tạo máy tính, điện thoại, máy ảnh số và các thiết bị số khác. Mặc dù là một trong những đại gia về quảng cáo trực tuyến, song doanh thu của Yahoo vẫn không tài nào tăng trưởng nhanh chóng được như đối thủ lớn nhất, Google. Lấy thí dụ, doanh thu quý I của Yahoo tăng 34% lên 1,57 tỷ USD trong

khi Google tăng tới 79%, đạt 2,25 tỷ USD. Tốc độ tăng trưởng chậm chạp này đã gây tổn hại đến giá trị cổ phiếu của Yahoo, vốn đã trượt dốc tới 16% từ đầu năm cho đến nay. Thiên Ý