

BÊN CẠNH TRÌNH DUYỆT LÀ 'CUỘC CHIẾN' THANH CÔNG CỤ

Song song với sự cạnh tranh quyết liệt giữa Internet Explorer, Firefox..., người sử dụng máy tính sẽ còn chứng kiến thêm một cuộc đua "cài đặt toolbar trên trình duyệt" trong năm nay. Theo Roger Kay, Chủ tịch tổ chức Endpoint (Mỹ), trước thực tế người sử dụng máy tính kết nối Internet

Song song với sự cạnh tranh quyết liệt giữa Internet Explorer, Firefox..., người sử dụng máy tính sẽ còn chứng kiến thêm một cuộc đua "cài đặt toolbar trên trình duyệt" trong năm nay. Theo Roger Kay, Chủ tịch tổ chức Endpoint (Mỹ), trước thực tế người sử dụng máy tính kết nối Internet đều mở trình duyệt ít nhất một lần mỗi ngày và thanh công cụ chứa những tiện ích quan trọng sẽ thu hút sự chú ý lớn từ phía người dùng, browser đang trở thành "mảnh đất cao giá nhất" trên PC để các công ty phần mềm quảng bá sản phẩm. Google dự định hợp tác với Dell nhằm đưa Google Toolbar, Google Desktop Search... vào những hệ thống mới của nhà sản xuất máy tính Mỹ. Tờ Wall Street Journal hôm qua đăng tin rằng thỏa thuận kéo dài 3 năm đó sẽ mang lại 1 tỷ USD cho Dell. Đại diện của Dell khẳng định họ đang xem xét hợp đồng nhưng từ chối bình luận về mối quan hệ giữa hai công ty. Giới quan sát lại cho rằng việc Google đầu tư cả tỷ USD chỉ để giành chỗ trên PC nhằm phổ biến dịch vụ tới khách hàng vốn vẫn đang dùng các công cụ của Google là một quyết định quá "xa xỉ". Google còn bắt tay với một số nhà sản xuất như Hewlett-Packard, Sony, Apple Computer và Toshiba để cài đặt mặc định Google Toolbar. Gateway hôm qua tuyên bố sẽ tích hợp thanh công cụ của hãng tìm kiếm trên máy tính sắp ra mắt. Đối thủ của Google, như AOL, Yahoo và MSN, cũng đang theo đuổi những hợp đồng tương tự. AOL gần đây khẳng định website của họ sẽ trở thành trang khởi động mặc định trên Sony Vaio mới. Việc giành một vị trí để đặt biểu tượng sản phẩm (icon) trên máy tính cá nhân đã xuất hiện từ 5 năm trước. Lúc đó, nhiều hãng phần mềm đua nhau "thuê đất" trên desktop sau khi tòa án Mỹ buộc Microsoft "mở cửa" môi trường Windows desktop để tăng tính cạnh tranh. Một số công ty như America Online và CompuServe nhanh chóng chiếm những vị trí "đẹp" cho dịch vụ quay số (dial-up) của họ nhưng không đạt kết quả cao như mong đợi. Khách hàng tảng lờ những icon mà họ không dùng đến hoặc dùng chương trình riêng để gỡ bỏ chúng trên desktop và trong Start menu. Tuy vậy, Kay tin rằng khi các công ty phần mềm bắt đầu phát hành sản phẩm như một dịch vụ (SAS) qua Internet, việc lôi kéo khách hàng chỉ sử dụng một thương hiệu duy nhất là đặc biệt quan trọng. "Các công ty hiểu rằng có đến một nửa số người dùng không muốn thay đổi những gì đã mặc định với họ, kể cả nếu họ được đưa ra nhiều lựa chọn hơn", Kay nói.