Оснастив компактные ноутбуки операционной системой Chrome OS, для работы требующей постоянного подключения к глобальной сети, партнёры Google не очень удачно рассчитали стоимость устройств "первой волны". На тот момент на рынке было достаточно много нетбуков под управлением операционных систем семейства Windows, которые в покупке обходились дешевле и не требовали постоянного выхода в Интернет для выполнения базовых функций.

Последний недостаток, кстати, компания Google всё же исправила, разрешив пользователям Chrome OS запускать программы при отсутствии доступа к сети.

Ошибки были исправлены в "хромбуках" второго поколения, которые подешевели до $200-300.

Как сообщает агентство Bloomberg со ссылкой на аналитиков NPD Group, это помогло "хромбукам" в текущем году завоевать от 20% до 25% рынка США, если рассматривать устройства стоимостью менее $300. Более того, авторы исследования называют "хромбуки" самой быстрорастущей категорией персональных компьютеров в данном ценовом сегменте.

По данным Gartner, в первом квартале текущего года "хромбуки" занимали не более 4-5% всего американского рынка ноутбуков и нетбуков. Впрочем, это уже прогресс по сравнению с 1-2% рынка, которые эти устройства занимали в прошлом году. Ранние попытки продвижения "хромбуков" сводились к предоставлению их в аренду посетителям библиотек, пассажирам авиалиний и постояльцам гостиниц.

Очевидно, наиболее эффективным методом продвижения стало всё-таки снижение цены. Тем более, что конкурирующие по цене нетбуки постепенно покидают рынок, а проблем с подключением к Интернету в США, как правило, нет.