

Tuyên truyền và tài trợ

Tuyên truyền

Mục tiêu của tuyên truyền là tạo ra sự hiểu biết lẫn nhau lâu dài giữa doanh nghiệp và giới báo chí (Báo viết, báo nói, báo hình). Muốn đạt được mục tiêu đó, doanh nghiệp có thể sử dụng các phương tiện sau đây:

- Phát hành các bài báo. Đây là hình thức tuyên truyền hay được các doanh nghiệp sử dụng. Doanh nghiệp mời các phóng viên đến để họ viết về các sự kiện quan trọng và đăng tải lên các báo cho công chúng biết. Đó là khi doanh nghiệp khai trương dịch vụ mới, khai trương cơ sở kinh doanh mới. Khi triển khai xây dựng hàng loạt các nhà bưu điện văn hóa xã, Tập đoàn BC-VT Việt Nam đã mời phóng viên các báo đến dự để đưa tin.

- Hợp báo. Đây là hoạt động nhằm giúp cho các nhà báo và doanh nghiệp đối thoại trực tiếp hai chiều về các sự kiện quan trọng của doanh nghiệp. Qua đó các nhà báo có thể thu thập và đăng tải các thông tin họ lĩnh hội được cho công chúng biết.

- Quan hệ với giới báo chí. Các biên tập viên, phóng viên, người phụ trách chuyên mục, nhà bình luận là những người có khả năng quyết định có công bố các thông tin về công ty hay không. Họ là những người giữ công phương tiện truyền thông. Do vậy xây dựng mối quan hệ thân thiện, hiểu biết lẫn nhau giữa doanh nghiệp và giới báo chí sẽ giúp ích nhiều cho công ty trong việc thực hiện các mục tiêu quan hệ với công chúng. Tuyên truyền có ưu điểm là một công cụ xúc tiến có chi phí thấp vì không mất tiền mua không gian hay thời gian của các phương tiện, tính thuyết phục cao vì không mang tính thương mại như quảng cáo, khả năng tiếp cận rộng do sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng.

Nhược điểm của nó là khó kiểm soát thời gian xuất hiện của các thông điệp vì còn phụ thuộc vào các phương tiện; khó kiểm soát nội dung các thông điệp vì nó còn có thể được biên tập lại cho phù hợp với yêu cầu về thời gian phát hay không gian in ấn (cũng bị cạnh tranh vì miễn phí!). Mặt khác, các đối thủ cạnh tranh cũng sẵn sàng sử dụng tuyên truyền để thực hiện các mục tiêu truyền thông. Do vậy nếu các phương tiện thông tin đại chúng không khách quan thì sẽ gây tổn hại cho doanh nghiệp.

Tài trợ

Một phương pháp mà các doanh nghiệp dịch vụ có thể sử dụng để tạo ra hình ảnh cho các DV của họ là gắn liền hình ảnh của doanh nghiệp và dịch vụ với các sự kiện, hoạt động thu hút sự chú ý của công chúng. Tài trợ chính là một công cụ giúp doanh nghiệp thực hiện điều đó. Tài trợ là việc doanh nghiệp đầu tư cho một sự kiện, hoạt động văn hoá, xã hội, thể thao, từ thiện... thu hút sự quan tâm của công chúng, qua đó doanh nghiệp nâng cao được uy tín, tiếng tăm và nhận biết của xã hội. Hoạt động tài trợ cũng giúp doanh nghiệp dễ tiếp cận với công chúng-khách hàng tương lai, vì nó dễ gây thiện cảm với khách hàng hơn là quảng cáo. Do vậy, tài trợ là một công cụ xúc tiến hỗ trợ đắc lực cho các hoạt động xúc tiến khác. Điều

cần lưu ý là doanh nghiệp cần lựa chọn các sự kiện để tài trợ sao cho phù hợp với loại hình sản phẩm của mình. Như vậy doanh nghiệp sẽ hướng được thông điệp truyền thông đến đúng các nhóm khách hàng mục tiêu. Các hãng thực phẩm tài trợ cho chương trình “Hướng dẫn làm các món ăn ngon” đăng tải trên TV. Tại Việt Nam, chúng ta có thể chứng kiến nhiều hoạt động tài trợ của các doanh nghiệp dịch vụ qua truyền hình. Đó là các chương trình tài trợ cho các giải thi đấu thể thao, cho các trò chơi cuối tuần, cho các chuyên mục trên TV, cho các cuộc thi người đẹp, thi âm nhạc.



Thư viện Đề thi - Trắc nghiệm - Tài liệu học tập
miễn phí



vndoc