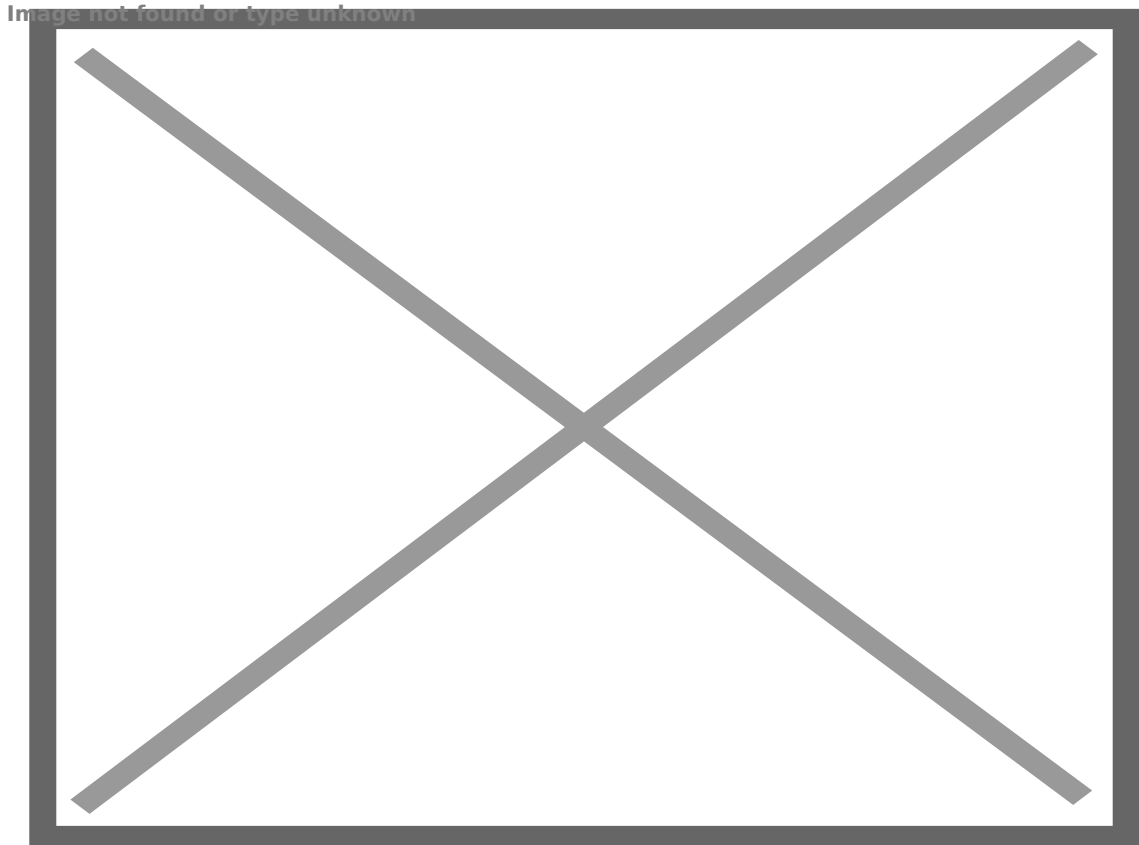


Giải bài toán chuyển đổi số và phát triển kinh tế báo chí

15:42 22/09/2022

Tác giả: Từ Hải

Làm thế nào để các cơ quan báo chí có thể tăng doanh thu quảng cáo kỹ thuật số, thu hút thêm lượng truy cập, giữ chân độc giả nhiều hơn, phát triển thêm những mảng doanh thu khác như doanh thu (thu phí) từ độc giả...?



Chương trình đào tạo về chuyên đề kinh tế báo chí với chủ đề nâng cao năng lực số cho cơ quan báo chí.

Những vấn đề trăn trở này của các cơ quan báo chí phần nào được giải đáp trong Chương trình đào tạo về chuyên đề kinh tế báo chí trong bối cảnh Chuyển đổi số báo chí với chủ đề nâng cao năng lực số cho cơ quan báo chí do Cục báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông phối hợp với Google tổ chức ngày 21/9/2022.

Chuyển đổi số, tăng cường hiệu quả kinh doanh

Theo bà Mai Hương Giang, Phó Cục trưởng Cục báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông, hai câu chuyện báo chí gần đây tập trung quan tâm nói nhiều chính là chuyển đổi số báo chí và kinh tế

báo chí. Đây cũng là vấn đề trăn trở và được xác định là nhiệm vụ trọng tâm của Cục Báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông trong năm nay cũng như thời gian tới.

Nhằm thúc đẩy sự chuyển biến mạnh mẽ trong chuyển đổi số báo chí, Cục báo chí đã hợp tác với Google để triển khai sáng kiến tin tức của Google (GNI). Các chương trình đào tạo chuyên sâu sẽ tập trung vào 4 vấn đề chính: phát triển độc giả, xây dựng dữ liệu, tối ưu hóa doanh thu quảng cáo và xây dựng doanh thu từ độc giả.

Chương trình gồm 3 khóa đào tạo tổng quan với sự tham gia của hơn 200 cơ quan báo chí, cung cấp kỹ năng số theo 4 chủ đề: phát triển độc giả, xây dựng và khai thác dữ liệu, tối ưu hóa doanh thu quảng cáo, và xây dựng doanh thu từ độc giả.

Cục Báo chí cho biết, đây là lần đầu tiên ở Việt Nam, chương trình đào tạo chuyển đổi số báo chí chuyên đề kinh tế báo chí trong bối cảnh chuyển đổi số được triển khai dành riêng cho các cơ quan báo chí nhằm giúp chuyển đổi số thành công và tăng cường hiệu quả kinh doanh trong lĩnh vực báo chí ở Việt Nam.

Theo bà Nguyễn Thị Thùy Dương, phụ trách quản lý hợp tác chiến lược ngành tin tức và xuất bản Google Đông Nam Á, sau 3 năm COVID-19 đây là thời gian khó khăn của các cơ quan báo chí. Để hỗ trợ các cơ quan báo chí, Google sẽ chia sẻ những bài học hữu ích của các cơ quan báo chí trên toàn cầu đã trải qua và chứng minh là chìa khóa để phát triển thành công.

Qua chương trình, sẽ giải đáp phần nào những câu hỏi của các cơ quan báo chí, làm thế nào để tăng doanh thu quảng cáo kỹ thuật số, thu hút thêm lượng truy cập, giữ chân độc giả nhiều hơn, phát triển thêm những mảng doanh thu khác như doanh thu từ độc giả đang là một xu hướng phát triển trên toàn cầu.

Theo đại diện Google, sáng kiến tin tức là nỗ lực của Google nhằm hỗ trợ ngành báo chí toàn cầu phát triển bền vững. Trong hơn 4 năm qua đã phát triển nhiều chương trình đào tạo, công cụ ở 4 mảng ưu tiên trọng tâm trong đó. Trong đó, chương trình chuyển đổi số lần này tập trung cải tiến các mô hình kinh doanh. Qua đó xây dựng các kỹ năng cần thiết để thúc đẩy tăng trưởng kinh doanh số, phát triển bền vững.

Đến nay, sáng kiến tin tức của Google đã hỗ trợ hơn 6.000 đối tác tin tức ở gần 120 quốc gia trong 4 mảng trọng tâm: nâng cao hoạt động báo chí chất lượng cao, cải tiến mô hình kinh doanh, hỗ trợ các tòa soạn thông qua đổi mới công nghệ và gắn kết cộng đồng báo chí toàn cầu.

Bà Dương cho biết, chương trình chuyển đổi số báo chí bền vững sẽ gồm 8 phần gồm: xây dựng chiến lược để chuyển đổi số thành công; xây dựng văn hóa “lấy độc giả làm trung tâm”; xây dựng nền tảng để chuyển đổi mô hình kinh doanh theo hướng dữ liệu. Chương trình cũng sẽ tập trung chia sẻ các giải pháp phát triển và tăng cường tương tác với độc giả; xây dựng doanh thu từ quảng cáo và tối ưu hóa doanh thu từ quảng cáo. Các chuyên gia cũng sẽ chia sẻ các yếu tố then chốt để thành công khi triển khai mô hình doanh thu từ độ giả; đổi mới mô hình kinh doanh báo chí trong bối cảnh chuyển đổi số...

Bài toán khai thác dữ liệu báo chí và giữ chân độc giả

Theo các chuyên gia, chuyển đổi số là sự quyết định sống còn của báo chí. Báo cáo xu hướng báo chí thế giới cho thấy, có khoảng 44% người khảo sát cho biết, thúc đẩy chiến lược chuyển đổi số là sự thay đổi quan trọng nhất cần phải triển khai thực hiện trong phát triển.

Chia sẻ cách thức xây dựng chiến lược chuyển đổi số thành công, chuyên gia báo chí Trương Trí Vĩnh nhấn mạnh 3 khía cạnh: “Định nghĩa sứ mệnh và giá trị”, “Lập chiến lược” và “Xác định cam kết giá trị”. Theo chuyên gia này, quá trình xây dựng một chiến lược kinh doanh cho mỗi tờ báo không chỉ trả lời câu chuyện làm thế nào bán được quảng cáo hay kiếm được tiền, mà cần quay trở lại với câu chuyện rất căn cốt của người kinh doanh, đó là sản xuất cái gì, bán ở đâu, bán cho ai, giải quyết các vấn đề thị trường, chi phí...

Ông Vĩnh cũng chia sẻ về việc xây dựng văn hóa "lấy độc giả làm trung tâm" trong mỗi cơ quan báo chí thông qua xác định nhu cầu của độc giả bằng cách tìm hiểu độc giả, đổi mới bằng cách nghiên cứu độc giả theo dõi, thử nghiệm ý tưởng để đáp ứng nhu cầu độc giả.

Vấn đề lớn nhất của các tờ báo không chỉ là doanh thu mà lớn hơn là độc giả. Các tòa soạn phải trả lời câu chuyện phân khúc độc giả là gì, xem tin tức gì và khi nào; họ cần và không cần thông tin gì. Không chỉ trả lời câu chuyện làm thế nào để bán được quảng cáo mà sản xuất cái gì, bán ở đâu, thị trường, cấu trúc chi phí và tập trung vào khách hàng. Đưa ra câu hỏi: khách hàng của tờ báo là độc giả hay người mua quảng cáo, ông Vĩnh khẳng định quan điểm, khách hàng phải là độc giả.

Nhấn mạnh tầm quan trọng của dữ liệu đối với các cơ quan báo chí, nhà báo Nguyễn Hoàng Nhật, Phó Tổng Biên tập Báo điện tử VietnamPlus, cho rằng điều quan trọng nhất là cần giữ chân được lượng độc giả trung thành. Thông qua phân tích dữ liệu độc giả như lượng truy cập, khu vực truy cập..., các cơ quan báo chí có thể biết được độc giả quan tâm gì để lên kế hoạch xây dựng chiến lược nội dung và phát triển sản phẩm phù hợp, từ đó phục vụ độc giả tốt hơn.

Liên quan đến vấn đề này, các chuyên gia cũng khẳng định, độc giả trung thành mới là người mang lại giá trị nguồn thu cho tờ báo chứ không phải là độc giả vắng lai. Khi coi bạn đọc là khách hàng thì phải có chính sách và xây dựng đội ngũ chăm sóc khách hàng. Phân tích dữ liệu để thuyết phục người đọc trả phí. Chỉ có phân tích dữ liệu độc giả mới biết được nhu cầu thực tế của độc giả quan tâm vấn đề gì chứ không phải là sự cung cấp chủ quan của tờ báo.

Đại diện báo VnExpress cho biết có hệ thống lưu trữ dữ liệu phát triển trong nhiều năm. Trên cơ sở nắm bắt hành trình của độc giả, quan sát đọc như thế nào, truy cập bao nhiêu tin và đọc tin gì... sẽ giúp tờ báo đưa ra các quyết định phát triển sản xuất nội dung, có các kịch bản chăm sóc các đối tượng độc giả và phát triển kinh doanh quảng cáo của báo tốt hơn.

Đề cập vấn đề thu phí của độc giả, các chuyên gia cho rằng, nên cân bằng quyết định khi thu phí độc giả với mất doanh thu quảng cáo... Các chuyên gia cũng chia sẻ về các biện pháp tối ưu doanh thu từ quảng cáo trong các cơ quan báo chí.

Theo VnEconomy

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/giai-bai-toan-chuyen-doi-so-va-phat-trien-kinh-te-bao-chi>