

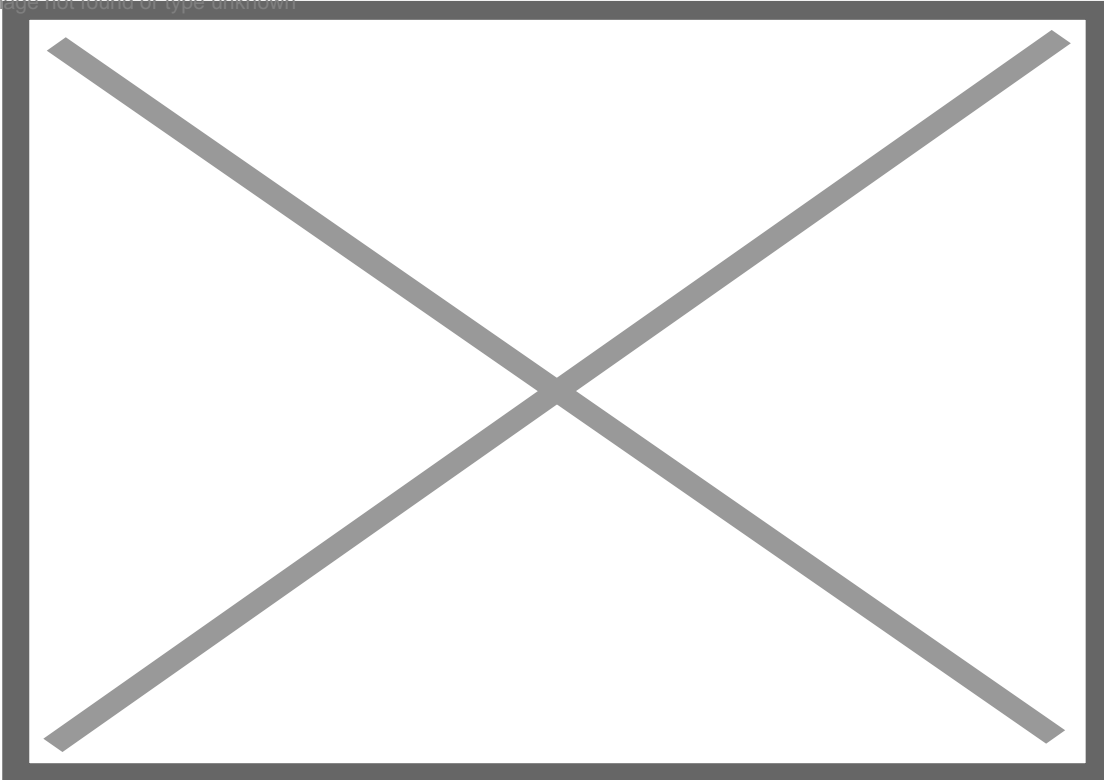
## Sáu điều các tòa soạn báo có thể học từ các doanh nhân

16:41 23/06/2016

Tác giả: Admin

**Mùa Thu năm ngoái, các tài xế taxi ở thành phố New York đã khởi kiện Uber vì đã cướp mất miếng cơm manh áo của họ.**

Image not found or type unknown



*Ảnh minh họa. (Nguồn: editorandpublisher.com)*

Ch?nh?ng chi?c xe màu vàng nói r?ng ch? h? m?i có quy?n cung c?p d?ch v? ch? khách có tr?ti?n t? n?i này ??n n?i khác. H? kh?ng ??nh Uber ?ã phá v? quy t?c ?ó và khi?n ch? s? h?u, tài x? và ng??i thuê taxi b? lo?i ra kh?i ngành kinh doanh.

Chuy?n gì s? x?y ra n?u các phóng viên, biên t?p viên, nhi?p ?nh gia, nhân viên ?i?u hành tòa so?n và nhân viên qu?ng cáo có th? ki?n “Internet” vì ?ã c??p công ?n vi?c làm c?a h??

?

Th?c t? là không có bi?n pháp nào nh? v?y t?n t?i dành cho các nhà báo và nh?ng ng??i làm ngh? báo.

?

Có nhi?u ?i?m t??ng ??ng gi?a cu?c ??i ??u “Uber và Taxi” và “Báo chí truy?n th?ng v?i Báo ?i?n t?”. Các công ty taxi ngh? h? làm ch? th? tr??ng. Nh?ng b?t c? ai suy ngh? logic ??u bi?t r?ng ý t??ng ??ng ? m?t góc thành ph? và hy v?ng m?t chi?c taxi ch?y qua là m?t mô hình kinh doanh ?ã l?i th?i. Uber và Lyft ?ã thích nghi v?i nhu c?u v? ph??ng ti?n di chuy?n nh? s? h? tr? c?a ?i?n tho?i di ??ng.

Và cũng theo những cách tương tự, những người làm báo đã phải hoài hửu hết thời gian của họ hàng năm 90 mà không hiểu được về các bản, trang web và các thiết bị di động của các mô hình quảng cáo và tin tức của họ như thế nào.

Vì không có ai biết, nên báo chí phải tìm cách thích nghi với tình hình. Nhiều doanh nghiệp báo chí và hàng ngày ngừng công việc của họ để bắt đầu Tu chính án như thế.

Những thách thức về luật pháp về mặt sự kiện của những báo chí, và không làm gì để bắt đầu lại như trước của các tòa báo.

Trong khi đó, các doanh nhân không bao giờ biết bản thân họ đã bị ngừng suy nghĩ doanh nghiệp của mình để chính phủ bắt đầu bằng bất cứ quy định nào.

Thay vào đó, các công ty báo chí có thể học hỏi nhiều về cách kinh doanh của những doanh nhân này nếu muốn sống sót.

?

Đó là 6 năm mà các tòa báo có thể tham khảo về các kinh doanh (theo Editor and Publisher).

## 1. Liệu nhu cầu không phải là một sự kiện tránh nói tới

Vấn đề về cách giữa các tòa soạn và phần còn lại của các kinh doanh đã bắt đầu thu hút lại. Những câu nói đùa về việc đi về “phía tới” (bên phần quảng cáo) của chúng ta đã hết. Những tờ báo cũn trở về tiêu cực giữa các bên phần trong tòa soạn của chúng ta lo lắng. Các nhà báo ngày nay cũng phải là những doanh nhân.

## 2. Những doanh nghiệp thành công về chúng tôi cho chúng ta

Thật là của những nhà báo làm việc không biết một mặt rất đáng ngạc nhiên. Những đôi khi những khoảnh khắc đẹp nhất của nghề báo lại xuất hiện khi tòa báo chúng tôi cho chúng ta, qua những gì chúng ta hay học được. Những hành động này về chúng ta ghi nhận.

## 3. Các nhà báo không phải là những người duy nhất muốn cứu thế giới

Những người làm việc trong các doanh nghiệp phi lợi nhuận về rất tận tâm và - tin hay không tùy bạn - để cứu thế giới không bằng các nhà báo.

“Cái tâm” là về rất quan trọng trong quá trình thay đổi về kinh doanh của các tòa báo.

## 4. Sự hiểu một doanh nghiệp khó hơn nhiều so với việc có một vị trí để cứu thế giới hay làm theo gì?

Bạn trả công cho những lợi ích mình nhận được. Bạn sẽ mua máy in khi nó hỏng. Bạn thuê theo đòi tiền những người này bạn. Làm một nhà báo hay nhà xuất bản đều rất vất vả, những người có không thể so sánh với thời gian và công sức bạn bỏ ra khi làm một doanh nghiệp.

Chúng ta cần hành động gì để mình làm cho tờ báo hơn và để người hành động như một nhân viên của tòa báo. Sự tận tâm đó rất cần thiết trong thời đại ngày nay.

## 5. Có lý do khi bạn nhận được doanh nghiệp đều bảo thủ

Hàng đầu chán ngấy thói quen liên tục chính quyền. Khi viết séc nộp thu hàng quý, họ bắt đầu thì họ sẽ làm gì với tiền của họ. Hiện có ít nhà báo hoạt động như giám sát chi tiêu chính phủ, những người bạn muốn có được sự trung thành của công chúng, bạn phải được sự vâng trí cao hơn những kẻ vô lễ.

## 6. Những công ty tốt nhất đều nhanh chóng phản ứng với những thay đổi trên thị trường

Nhiều công ty đã làm tốt việc dự đoán được nhu cầu của khách hàng. Các tòa báo đã phải chịu đựng hậu quả của những cách tiếp cận kinh doanh “tốt” suốt nhiều năm thay vì suy nghĩ và dự đoán khách hàng của họ sẽ mong muốn có gì.

Đã đến lúc bắt đầu để nghĩ về “điều gì cần làm tiếp theo” chứ không phải là bắt đầu cái gì đã có như thế nào.

**Người: TTXVN**

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/public/sau-dieu-cac-toa-soan-bao-co-the-hoc-tu-cac-doanh-nhan>