

Phát huy lợi thế truyền thông của báo chí, thu hút doanh nghiệp

15:38 06/12/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Sự bùng nổ của truyền thông xã hội và truyền thông số đã tạo ra nhiều thách thức cho báo chí truyền thống trong việc tiếp cận các hợp đồng quảng cáo. Song, với định hướng sản phẩm tập trung vào việc khẳng định giá trị của mình và khai thác tốt những lợi thế, báo chí hoàn toàn có thể cạnh tranh với những kênh truyền thông mới, thu hút sự tham gia đồng hành của các doanh nghiệp, thương hiệu.

Báo chí phải phát huy được lợi thế truyền thông

Theo đại biểu Quốc hội Đỗ Chí Nghĩa (Phú Yên), ông rất ủng hộ phương thức nên giao cho các cơ quan báo chí được tự chủ diện tích quảng cáo" bởi "thị trường có thể biến động, sau này quảng cáo lại tăng lên".

Tuy nhiên, theo ông, thực trạng hiện nay các cơ quan báo chí khó khăn không phải vì thiếu diện tích quảng cáo trên báo in mà khó nhất là thiếu quảng cáo. Các doanh nghiệp, các nhà quảng cáo có nhiều lựa chọn khác, hiệu quả hơn so với quảng cáo trên báo in. Đại biểu Đỗ Chí Nghĩa cho rằng, các đoàn tàu đang thiếu khách thì giải pháp chúng ta đưa ra lại là tăng thêm toa tàu, trong khi phải là "thúc đẩy thêm khách đi tàu".

Cũng theo đại biểu Đỗ Chí Nghĩa đề xuất, các báo do ngân sách nhà nước bảo đảm hoặc báo đặc thù thì luật có thể giao Chính phủ quy định chi tiết, còn lại nên quy định theo hướng cởi mở, đúng với bối cảnh kinh tế thị trường hiện nay, bạn đọc tinh tường sẽ lựa chọn những sản phẩm đàng hoàng và có trách nhiệm với công chúng, với xã hội.



Đại biểu Quốc hội Đỗ Chí Nghĩa

Có thể thấy, lợi thế truyền thông của báo chí chính là tinh thần có trách nhiệm với công chúng và xã hội. Chỉ khi phát huy được lợi thế truyền thông thì báo chí mới tận dụng được những lợi ích từ chính sách quảng cáo của nhà nước, từ các quy định tăng tỷ lệ diện tích, thời lượng quảng cáo trên báo chí.

Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo gồm 3 điều, đã bám sát mục đích, quan điểm chỉ đạo và cụ thể hóa nội dung 3 chính sách trong đề nghị xây dựng Luật đã được thông qua gồm: chính sách 1 “Hoàn thiện các quy định về nội dung và hình thức quảng cáo phù hợp với sự phát triển đa dạng của hoạt động quảng cáo”; chính sách 2 “Hoàn thiện quy định về quản lý hoạt động quảng cáo trên báo chí, môi trường mạng và dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới”; chính sách 3 “Hoàn thiện quy định đối với hoạt động quảng cáo ngoài trời”.

Việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo năm 2012 nhằm tạo lập hành lang pháp lý đầy đủ, đồng bộ, thống nhất để quản lý hoạt động quảng cáo, hỗ trợ, thúc đẩy doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo phát triển; đồng thời góp phần tạo điều kiện cho báo chí sáng tạo, thu hút sự quan tâm đồng hành cùng các nhãn hàng, thương hiệu.

Thu hút quảng cáo

Với sự phổ biến của các nền tảng truyền thông xã hội và truyền thông số đã đưa doanh nghiệp tìm đến quảng cáo trên các nền tảng này thay vì quảng cáo trên các loại hình báo chí. Điều này đặt ra thách thức cho báo chí truyền thống trong việc thu hút và giữ chân thị phần quảng cáo của mình.

Một thách thức khác của báo chí truyền thống là sự cạnh tranh với các kênh truyền thông mới trong việc thu hút quảng cáo. Các nền tảng truyền thông xã hội và truyền thông số cung cấp cho các doanh nghiệp nhiều cách tiếp cận khác nhau để quảng bá sản phẩm của mình, và đây là một cách để các doanh nghiệp tiết kiệm chi phí quảng cáo. Điều này đòi hỏi báo chí truyền thống phải tìm cách cải thiện các dịch vụ quảng cáo của mình để thu hút các doanh nghiệp.

Lâu nay các cơ quan báo chí thường phàn nàn việc các công ty công nghệ lớn chiếm hết doanh thu. Giờ đây việc chấm dứt hỗ trợ cookie của bên thứ ba sẽ càng làm cho tình hình trở nên tồi tệ hơn. Những thay đổi liên quan đến quyền riêng tư đe dọa làm giảm doanh thu hơn nữa trong ngắn hạn nhưng đang thúc đẩy các cơ quan báo chí bắt đầu tự thu thập dữ liệu (first - party data) và đây có thể là cơ sở cho một tương lai bền vững hơn.

Đồng chí Lê Quốc Minh, Ủy viên Trung ương Đảng, Tổng Biên tập Báo Nhân Dân, Phó Trưởng Ban Tuyên giáo Trung ương, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam cho biết, để thu hút quảng cáo thì rất nhiều trang web, ngay cả những trang web về báo chí cũng gắn rất nhiều mã của google extension, của ad networks và trải nghiệm của người dùng khi vào trang đó với quá nhiều những quảng cáo vụn, nhiều khi rất phản cảm - thực sự là trải nghiệm rất khó chịu.



Đồng chí Lê Quốc Minh, Ủy viên Trung ương Đảng, Tổng Biên tập Báo Nhân Dân, Phó Trưởng Ban Tuyên giáo Trung ương, Chủ tịch Hội Nhà báo Việt Nam chia sẻ tại diễn đàn báo chí toàn quốc 2024

Theo ông Minh, hiện nay rất nhiều tờ báo đã áp dụng cách thức "quảng cáo cao cấp". Dự kiến sẽ có nhiều cơ quan báo chí theo bước Bloomberg News - từ bỏ toàn bộ quảng cáo tự động (từ tháng 1/2023) và tập trung vào bán quảng cáo trực tiếp. Cách tiếp nhận "độc giả là trên hết" là sự thừa nhận rằng việc đăng quá nhiều quảng cáo và trải nghiệm người dùng tệ hại góp phần gây ra khó khăn cho báo chí vì khiến người dùng không thoải mái và làm xói mòn niềm tin.

Thực tế, nhiều tờ báo trên thế giới cũng đã tập trung vào việc phát triển sản phẩm quảng cáo đa dạng và tạo ra các chương trình quảng cáo đặc biệt để thu hút doanh nghiệp. Họ cũng sử dụng công nghệ để cải tiến trải nghiệm quảng cáo cho doanh nghiệp và đảm bảo tính chính xác và đáng tin cậy của thông tin quảng cáo.

Nêu ví dụ về chương trình quảng cáo "Times Auto Awards" của The Times of India - một chương trình quảng cáo đặc biệt dành cho các doanh nghiệp trong ngành ô tô. Chương trình này bao gồm các giải thưởng và sự kiện liên quan đến ô tô. Các doanh nghiệp trong ngành ô tô có thể đăng ký tham gia chương trình này và sử dụng nó để tăng cường sự hiện diện của mình trên thị trường và

quảng bá các sản phẩm và dịch vụ của mình đến khách hàng tiềm năng.

Có thể thấy, truyền thông xã hội và truyền thông số đang phát triển mạnh mẽ trong thời gian gần đây, điều này đã tác động đến hoạt động của báo chí truyền thống. Song, báo chí truyền thống vẫn đóng vai trò quan trọng trong xã hội, đặc biệt là trong việc cung cấp thông tin chính xác và chất lượng cao, đồng thời giữ vai trò của người giám sát và kiểm soát quyền lực.

Để khai thác tốt lợi thế của mình, thiết nghĩ, báo chí truyền thống cần phải nhanh chóng thích nghi với thời đại mới bằng cách sử dụng công nghệ và phát triển các sản phẩm kỹ thuật số cũng như tập trung vào việc cung cấp nội dung chất lượng cao và độc đáo, khai thác những lợi thế của mình về chuyên môn và giá trị của nghề báo để thu hút độc giả và quảng cáo.

Dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo vừa được Chính phủ trình Quốc hội tại Kỳ họp thứ 8 sẽ góp phần khắc phục những vướng mắc, bất cập và phù hợp với xu thế phát triển của quảng cáo trên thế giới, thúc đẩy báo chí phát huy lợi thế thu hút quảng cáo.

PV

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/phat-huy-loi-the-truyen-thong-cua-bao-chi-thu-hut-doanh-nghiep>