

CHAPTER 4

TỔ CHỨC SỰ KIỆN CHO TRUYỀN THÔNG



NỘI DUNG

- 1 Sự kiện và mục tiêu tổ chức sự kiện
- 2 Công tác chuẩn bị sự kiện
- 3 Công nghệ và hoạt động QHTT
- 4 Thực hiện sự kiện trong tổ chức
- 5 Những vấn đề cần lưu ý

4.1. SỰ KIỆN & MỤC TIÊU TỔ CHỨC SỰ KIỆN



4.1. SỰ KIỆN & MỤC TIÊU TỔ CHỨC SỰ KIỆN

Sự kiện (Event) là hoạt động nhằm cụ thể hóa những thông điệp mà doanh nghiệp/tổ chức muốn đưa đến đối tượng mục tiêu



4.1. SỰ KIỆN & MỤC TIÊU TỔ CHỨC SỰ KIỆN

* *Marketing*

- Phân khúc
- Định vị
- 7P



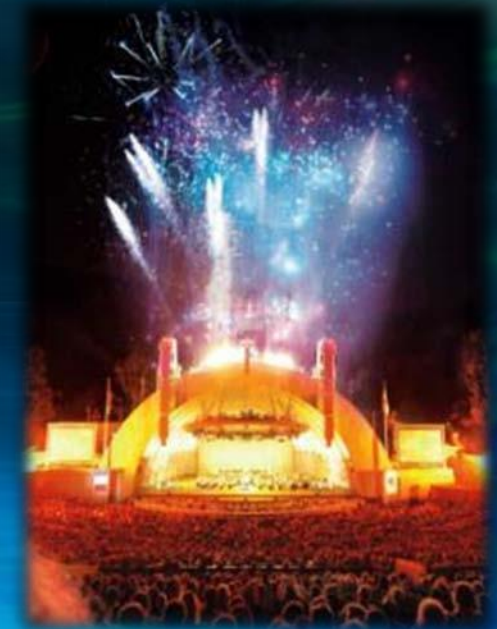
* *PR*

- Người thứ 3



* *Sự kiện*

- Tạo ấn tượng



4.1. SỰ KIỆN & MỤC TIÊU TỔ CHỨC SỰ KIỆN

Là 1 mảng trong hoạt động quan hệ công chúng của doanh nghiệp; tổ chức nhằm tác động đến đối tượng công chúng mục tiêu & giới truyền thông thông:

- Quan hệ báo chí-truyền thông
- Quản lý khủng hoảng.
- Quan hệ với chính phủ.
- Quản lý danh tiếng của công ty.
- Quan hệ với các nhà đầu tư.
- Thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

4.1. SỰ KIỆN & MỤC TIÊU TỔ CHỨC SỰ KIỆN

Tổ chức sự kiện là công cụ truyền thông tiếp thị: là công cụ phổ biến nhất trong hoạt động tiếp thị với mục đích:

- + Gây sự chú ý cho sản phẩm hoặc dịch vụ của doanh nghiệp
- + Tạo sự quan tâm hơn nữa từ khách hàng đối với SP/DN từ đó giúp tăng doanh số bán của công ty

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Chuẩn bị các bài diễn thuyết

Triển khai các công việc cụ thể

Đón tiếp nhân vật quan trọng

Thông báo sự kiện

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Chuẩn bị các bài diễn thuyết

Mục tiêu phát biểu của đại diện doanh nghiệp trước công chúng/giới truyền thông là làm cho họ hiểu về DN/SP và cuối cùng là tiêu dùng sản phẩm của DN

Quan trọng nhất của bài diễn thuyết là các thức khai thác chủ đề.

+ *bài diễn thuyết luôn xoay quanh chủ đề và thông điệp chính thì sẽ thu hút được công chúng.*

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Chuẩn bị các bài diễn thuyết

- Việc chuẩn bị bài diễn thuyết mất rất nhiều thời gian và công sức => Nên cần phải sử dụng nó nhiều lần chứ không phải sử dụng 1 lần đưa lên thông tin đại chúng
- Người làm PR phải gửi các bài diễn thuyết của tổ chức mình đến với những tòa soạn có uy tín => Tòa soạn sẽ đánh giá, phân tích nội dung và đăng bài có chất lượng.

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Triển khai các công việc cụ thể

- Nếu buổi diễn thuyết được xem là 1 sự kiện thì các hoạt động như Hội chợ, triển lãm, hội nghị hội thảo là những sự kiện rất đặc biệt nhằm thu hút sự quan tâm của giới truyền thông & đối tượng công chúng đến công ty/tổ chức.

=> Lập kế hoạch chi tiết cho những sự kiện trên là yếu tố hết sức quan trọng trong hoạt động QHTT

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Triển khai các công việc cụ thể

- Lập kế hoạch tổ chức sự kiện: cần thực hiện đầy đủ các bước của qui trình tổ chức sự kiện.
 - + Phác thảo và lên lịch làm việc
 - + Thành lập 1 số ban để chia sẻ công việc
 - + Có thể kêu gọi sự trợ giúp của các bp trong tổ chức
 - + Tìm cách tạo sức hấp dẫn cho sự kiện để thu hút công chúng và làm cho sự kiện để lại nhiều ấn tượng

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Triển khai các công việc cụ thể

- + Chuẩn bị quà tặng
- + Đảm bảo việc di chuyển thuận tiện
- + Thông báo rộng rãi trên các PTTT

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Đón tiếp nhân vật quan trọng

- Nhân vật quan trọng có tác dụng rất lớn đối với sự kiện => Cần có kế hoạch đón tiếp thật chu đáo
- Phải bố trí đầy đủ đội ngũ phóng viên và thợ ảnh của công ty để đưa tin cho sự kiện
(lưu ý: không nên quá phụ thuộc vào đội ngũ phóng viên trong việc lưu hình ảnh các sự kiện)

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Đón tiếp nhân vật quan trọng

- Cần chuẩn bị đầy đủ các bộ tài liệu dành cho giới phóng viên và quan khách. Phân phát tài liệu trước khi sự kiện diễn ra.

Lưu ý: nên dự phòng 1 số bộ tài liệu để tránh tình trạng bị thất lạc, và chưa nhận được.

- Đừng bao giờ bỏ quên giới truyền thông khi tổ chức sự kiện cho doanh nghiệp và nên kết hợp việc đưa tin với các nhân vật quan trọng.

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Thông báo sự kiện

- Quan hệ tốt trong công việc với truyền thông luôn là một việc cần thiết nhằm giúp cho công việc thuận lợi.
- Là con dao hai lưỡi: khiến cho công việc thuận lợi nhưng cũng có thể gây khó khăn và phá hỏng toàn bộ chương trình
- Bí quyết khi TCSK là xây dựng thật tốt mối qh với giới truyền thông bằng cách luôn đón bắt nhu cầu của họ.

4.2. CÔNG TÁC CHUẨN BỊ SỰ KIỆN

Thông báo sự kiện

- Phải quan tâm đến việc đưa các tin tức của sự kiện lên các phương tiện thông tin đại chúng.
 - + Chuẩn bị tài liệu
 - + Tổ chức gặp mặt với lãnh đạo
- => Phải nắm vững tác phong làm việc; phát triển mối quan hệ tốt với các chuyên gia truyền thông.
- Phải nắm rõ về những người sẽ liên lạc ở các tòa soạn

4.3. CÔNG NGHỆ & HOẠT ĐỘNG QHTT

Video & truyền thông hữu tuyến

Thông tin điện tử

Hoạt động QHTT & internet

Báo chí

4.3. CÔNG NGHỆ & HOẠT ĐỘNG QHTT

Video & truyền thông hữu tuyến

- Là phương tiện có thể đưa thông tin về sự kiện đến các tờ báo trên toàn thế giới và các TT phát thanh truyền hình.
- Ưu điểm của loại phương tiện này là khả năng chuyển tin và lưu giữ các bài báo, ấn phẩm đã được phát hành => giúp cho các thông tin về sự kiện được tồn tại lâu hơn.

4.3. CÔNG NGHỆ & HOẠT ĐỘNG QHTT

Thông tin điện tử

- Hệ thống thông tin điện tử
 - + *Xử lý nhanh khối lượng lớn thông tin gửi đến và nhanh chóng chuyển đi các tin tức sự kiện...*
- Hệ thống thông tin nội bộ

4.3. CÔNG NGHỆ & HOẠT ĐỘNG QHTT

Hoạt động QHTT & Internet

- Chi phí hoạt động rẻ; mang lại sự hài lòng cao cho những người có nhu cầu tìm kiếm tin tức về các hoạt động của doanh nghiệp.
 - Khả năng sửa lỗi tin bài nhanh mà không phải tốn kém gì là những lợi thế đáng kể của internet
- => Người TCSK phải tận dụng khả năng của internet để thu hút truyền thông.

4.3. CÔNG NGHỆ & HOẠT ĐỘNG QHTT

Báo chí

- Mục đích của TCSK là cung cấp thông tin cho công chúng & giới truyền thông

=> Cần phải đi trước trong việc thu thập thông tin & ý tưởng

- + Chuẩn bị phóng sự
- + Hình ảnh minh họa
- + Quay video...vv

4.4. THỰC HIỆN SỰ KIỆN TRONG TỔ CHỨC

Xúc tiến thương mại

Công bố sự kiện đặc biệt

Gặp mặt khách hàng, phỏng vấn

4.4. THỰC HIỆN SỰ KIỆN TRONG TỔ CHỨC

Xúc tiến thương mại

- Marketing hình ảnh
- Gây sự chú ý
- Sử dụng người nổi tiếng

4.4. THỰC HIỆN SỰ KIỆN TRONG TỔ CHỨC

Công bố sự kiện đặc biệt

- Có thể là cuộc triển lãm chuyên ngành
- Lễ cắt băng khánh thành
- Lễ thông xe đường cao tốc..vv

Mỗi sự kiện khác nhau, việc công bố cần có những phương pháp khác nhau nhưng vẫn thực hiện 1 số nguyên tắc cần phải áp dụng chung cho mọi trường hợp

4.4. THỰC HIỆN SỰ KIỆN TRONG TỔ CHỨC

Công bố sự kiện đặc biệt

- Cơ chế

- + Lên lịch làm việc
- + Lên danh sách các hoạt động đặc biệt và ds hòm thư liên lạc với các cơ quan báo chí
- + Lên kế hoạch quảng bá chương trình thật chi tiết
- + Chuẩn bị bộ tài liệu (là khâu chuẩn bị kỹ nhất trong hoạt động quảng bá

4.4. THỰC HIỆN SỰ KIỆN TRONG TỔ CHỨC

Công bố sự kiện đặc biệt

Chi tiết cần thiết trong bộ tài liệu sự kiện truyền thông

- + *Bản tin về công ty*
- + *Bản tin về sự kiện*
- + *Tiểu sử và ảnh của lãnh đạo*
- + *Tiểu sử công ty, lý do tổ chức sự kiện*
- + *Chương trình làm việc*
- + *Ds các thành viên tham gia*
- + *Tóm tắt nội dung sự kiện*
- + *Tin bài minh họa*
- + *Trang thông tin riêng cho sự kiện*
- + *Logo, biểu tượng và thông tin về nhà tài trợ*

4.4. THỰC HIỆN SỰ KIỆN TRONG TỔ CHỨC

Công bố sự kiện đặc biệt

- *Bố trí khu vực thông tin*

+ *Bố trí cơ sở vật chất cho giới báo chí trong thời gian diễn ra sự kiện*

Thứ nhất, cần chuẩn bị bảng đăng ký làm việc cho phóng viên

Thứ hai, bố trí dụng cụ lưu trữ tài liệu để cấp phát

Thứ ba, bố trí tại khu vực tác nghiệp báo chí đội ngũ hỗ trợ

Thứ tư, bố trí khu vực báo chí tránh xa đường giao thông

Thứ năm, bố trí phòng riêng cho đội ngũ làm phỏng vấn, in ấn và phát sóng

Thứ sáu, cần chuẩn bị các thiết bị đặc biệt

4.4. THỰC HIỆN SỰ KIỆN TRONG TỔ CHỨC

Gặp mặt khách hàng, phỏng vấn

- Chuẩn bị các câu hỏi tình huống hết sức ngắn gọn, chính xác, rõ ràng, trung thực và phù hợp với phong cách và trình độ của phóng viên phỏng vấn.

4.5. NHỮNG VẤN ĐỀ CẦN LƯU Ý

Điều kiện cơ bản

Có ba yếu tố để một event có thể được tổ chức:

- Phải thỏa mãn được yếu tố chính quyền, tức chính quyền cho phép tổ chức.
- Khách hàng, tức là người bỏ tiền ra để tổ chức.
- Đối tượng nhận được thông điệp từ event.



4.5. NHỮNG VẤN ĐỀ CẦN LƯU Ý

**Phối hợp
sự kiện**

Có thể sử dụng hình thức quảng cáo hay làm công tác đối ngoại mà không cần phải tổ chức một sự kiện.

Để một sự kiện có tác dụng, cần phải phối hợp cả quảng cáo và PR.

Việc phối hợp ba công cụ này cũng khác nhau tùy theo mỗi loại sự kiện.

4.5. NHỮNG VẤN ĐỀ CẦN LƯU Ý

Bí quyết

- Tổ chức sự kiện là kết hợp giữa bán hàng và tiếp thị
- Tổ chức sự kiện phải là một thành phần không thể thiếu trong chiến lược tiếp thị hỗn hợp
- Xác định đối tượng khách hàng mục tiêu
- Đặt mục tiêu cụ thể

4.5. NHỮNG VẤN ĐỀ CẦN LƯU Ý.

Bí quyết

- Tổ chức sự kiện không phải là một công cụ tiếp thị đa năng
 - Với một chương trình tiếp thị kéo dài nhiều tháng liền, sự kiện thương mại chỉ cần diễn ra trong một vài ngày
 - Quảng bá sự kiện
 - Thiết lập và theo sát các mối liên hệ
 - Nhân lực là yếu tố quan trọng
 - Sự kiện phải phục vụ cho mục tiêu truyền thông của tổ chức

BÀI TẬP THẢO LUẬN TẠI LỚP.

Mỗi nhóm thảo luận và trả lời các câu hỏi được đưa ra trong tình huống dưới đây:

Tình huống

Thank You!

