

5 Phương pháp Kinh Doanh Mới

Những **phương pháp kinh doanh** ngày càng đổi cùng với sự phát triển của công nghệ , Thông tin truyền thông tạo nên những cách thức mới trong **kinh doanh**, tiếp thị, **bán hàng**..... khiến cho đời sống xã hội ngày càng thêm phong phú và mỗi con người ngày càng có thêm nhiều sự lựa chọn cùng những cơ hội mới.



1. Tiếp thị mới trên Internet

Internet là một trong những công cụ truyền thông miễn phí hoặc chỉ cần chi phí rất thấp. Gửi email giới thiệu công ty của mình tới các khách hàng tương lai là một cách thức hay được áp dụng bởi cách thức này không yêu cầu chi phí. Email cũng là phương tiện duy trì mối liên lạc của một số tổ chức, doanh nghiệp với khách hàng.

So với cách thức tiếp thị truyền thống là thuê nhân viên tiếp thị mang thông tin sản phẩm tới từng khách hàng thì sử dụng các phương tiện thông tin và truyền thông là cơ hội rộng lớn hơn rất nhiều để quảng bá hình ảnh của tổ chức, doanh nghiệp của mình.

Tuy nhiên không có gì đảm bảo rằng người nhận sẽ đọc mà không xoá ngay những email kiểu này trong hộp thư của họ. Vì vậy, đối với cách tiếp thị qua email, điều cần thiết là cách trình bày email như thế nào để gây được ấn tượng tốt đẹp với người nhận.

2. Phương pháp Bán hàng kiểu mới

Nhiều công ty bị hạn chế về vị trí cửa hàng, mặt bằng và diện tích trưng bày sản phẩm, nhưng nếu phát huy tốt việc giới thiệu sản phẩm thông qua các phương tiện thông tin truyền thông thì vẫn đạt được doanh số bán hàng cao.

Bán hàng qua kênh truyền hình, qua điện thoại, qua Internet đang trở thành xu hướng kinh doanh phát đạt hiện nay. Cùng với xu hướng kinh doanh này, các hình thức thanh toán qua mạng đang phát triển, củng cố và hoàn thiện các yếu tố điều kiện và dần dần khẳng định vị trí của mình trong đời sống xã hội, đặc biệt là hình thành những thói quen mới trong việc mua sắm, thanh toán chi phí tiêu dùng của các bạn trẻ, những thế hệ khách hàng mới đầy tiềm năng. Thương mại điện tử đang ngày càng phát triển.

Nắm vững yêu cầu của thị trường và tạo nên hình ảnh tốt đẹp về doanh nghiệp (DN) và sản phẩm là yếu tố quyết định để thành công trong việc bán hàng hóa hay dịch vụ. Một điều vô cùng quan trọng là lựa chọn những phương tiện thông tin và truyền thông thích hợp để góp phần tạo nên thành công.

3. Những cơ hội quảng bá mới

Thông tin truyền thông với các công nghệ mới đang tạo ra những cơ hội mới để các DN, tổ chức tiếp xúc với khách hàng, đồng thời cũng cần lắng nghe khách hàng nói về sản phẩm và DN của mình, tạo nên những cơ hội trao đổi, truyền đạt

tạo lập ấn tượng với các hoạt động hướng về công chúng, nhằm tạo ra một hình ảnh đẹp, nổi bật và rộng khắp về bản thân tổ chức hoặc cá nhân với mong muốn thông qua những hình ảnh đó công chúng sẽ trở nên gần gũi và dành nhiều thiện cảm, quan tâm hơn tới họ.

Trong môi trường cạnh tranh, hầu hết các đối thủ đều muốn có được vị trí tin cậy đối với các phương tiện thông tin truyền thông đại chúng để xây dựng và bảo vệ hình ảnh tốt đẹp của mình nhằm nắm giữ số lượng lớn các khách hàng, đặc biệt là những khách hàng lớn, những người mua chính. Am hiểu các phương tiện truyền thông là cơ sở để tạo nên hình ảnh tốt đẹp và kinh doanh thành công.

Để sự đầu tư gặt hái lợi ích tối đa, phải chắc chắn rằng sự nỗ lực là phù hợp với hoạt động thực tiễn của phương tiện truyền thông đại chúng, tạo ra hình ảnh, tiếng vang, sự tín nhiệm và những ấn tượng tốt nhất để gặt hái thành công.

4.Vai trò của các phương tiện thông tin truyền thông trong kinh doanh mới

Thông tin quảng bá sản phẩm là cơ hội để công chúng biết đến sản phẩm của bạn.

Trong thời đại thông tin hiện nay, các doanh nhân đều hiểu rằng truyền thông đóng một vai trò quan trọng đối với sự thành công hay thất bại của sản phẩm, của DN, của tổ chức hay thậm chí là đối với sự thành công hay thất bại của cá nhân.

Một cách thức tốt để các DN, tổ chức giữ mối quan hệ lâu dài với các cơ quan thông tin truyền thông là họ cần có nhân viên phụ trách quan hệ công chúng (PR) hoặc ký hợp đồng với nhà đại diện.

Khái niệm về PR được hình thành vài năm gần đây, có thể gọi đây là một ngành nghề mới và gắn bó gần gũi với thông tin truyền thông. PR (Public Relations) là việc một cơ quan, tổ chức, DN ... chủ động quản lý các quan hệ giao tiếp cộng

đồng để tạo dựng và giữ gìn một hình ảnh tích cực của mình. Các hoạt động quan hệ công chúng bao gồm các việc quảng bá thành công, giảm nhẹ ảnh hưởng của các thất bại, công bố các thay đổi, và nhiều hoạt động khác. PR còn là một trong những công cụ hỗ trợ bán hàng hữu hiệu đối với tất cả các DN.

Những người làm công tác quan hệ công chúng cho các tổ chức, cơ quan, DN cần phải có kiến thức về thông tin và truyền thông để hoàn thành tốt được công việc của mình; đồng thời cần giữ mối quan hệ tin cậy và thân thiết với các cơ quan báo chí, các nhà biên tập, có kỹ năng khi tiếp xúc hay ứng xử với giới truyền thông và có những phương cách riêng để tạo dựng lòng tin cũng như xây dựng và gắn kết quan hệ.

Sau đây là một số nguyên tắc chung đã được đúc kết trong quan hệ với báo chí và các phương tiện thông tin truyền thông:

- Sự trung thực và chính xác là hai điều quan trọng đầu tiên khi làm việc với giới báo chí. Bởi hơn ai hết họ là những người có đủ khả năng để kiểm chứng thông tin và hơn nữa uy tín cũng như hình ảnh công ty sẽ phụ thuộc vào điều này.
- Cần thận trọng cân nhắc trước mỗi phát ngôn đưa ra. Cần tránh sử dụng biệt ngữ hoặc những từ ngữ quá chuyên môn, thay vào đó hãy nói bằng ngôn ngữ thông thường dễ hiểu. Tuy nhiên không vì vậy mà tỏ ra dè dặt, thái độ cởi mở cùng khiếu hài hước sẽ gây được cảm tình và sự thoải mái.
- Cố gắng cung cấp những thông tin các báo cần ngay cả khi điều đó đòi hỏi phải bỏ thêm công sức hoặc phải đi giao tài liệu. Những điều này sẽ có lợi cho việc truyền đạt thông tin và hình ảnh DN ra bên ngoài thuận lợi hơn. Nếu chưa có câu trả lời ngay thì không nên nói mà hãy hẹn lại và phản hồi sớm nhất có thể.

- Hãy tìm cách thông báo ngay nếu thông tin nhận được có vẻ không chính xác, lịch sự chỉ ra những điều không đúng và chứng minh điều đó.

- Cần lưu giữ và cập nhật thường xuyên danh sách các công việc đã hoàn thành và những sự kiện mà công ty đã tham gia để bất cứ lúc nào cần đều có thể truy xuất kịp thời.

Cung cấp thông tin mới

Thông tin mới luôn luôn có sức hấp dẫn với người đọc, nghe, xem.

Làm thế nào để có được những thông tin mới là vấn đề thường trực đặt ra với các nhà báo, với các phương tiện thông tin truyền thông.

Những người làm công tác quan hệ công chúng thường khéo léo chủ động tạo chủ đề mới cho nhà báo khai thác. Họ không để không khí rơi vào khoảng lặng quá lâu, ngay cả trong trường hợp sản phẩm hay chủ đề không gây được chú ý cao đối với giới truyền thông là những người luôn thích sự nóng hổi và mới mẻ. Đôi khi thông tin mới được khai thác từ một khía cạnh của chủ đề cũ, một sản phẩm mới muốn thu hút người tiêu dùng cần chứng tỏ được những tính năng mới có nhiều ưu điểm hơn sản phẩm cũ. Cách thức khai thác và thể hiện chủ đề như thế nào là rất quan trọng để thông tin cung cấp luôn được xem là mới mẻ và hấp dẫn.

Họp báo là loại sự kiện tuy dễ tổ chức về mặt hình thức (tổ chức, trang trí), nhưng lại rất quan trọng về mặt nội dung. Một cuộc họp báo thành công tạo nên hình ảnh tốt đẹp hơn về DN cũng như thu hút được quan tâm của giới truyền thông theo chiều hướng tích cực. Một số vấn đề cần lưu ý khi họp báo và cung cấp thông tin

- Thông cáo báo chí cần được chuẩn bị kỹ càng với những thông tin đầy đủ.

- Điều quan trọng nhất là: các thông tin trả lời phải trung thực, rõ ràng và nhất quán.
- Cân trọng với những câu trả lời, nếu trả lời không gãy gọn và gây hiểu lầm sẽ dẫn đến thông tin lệch lạc, có khi còn ảnh hưởng đến hình ảnh công ty sau này.
- Người chịu trách nhiệm thuyết trình phải thật am hiểu về sản phẩm hay dịch vụ. Nếu gặp câu hỏi mà bạn không chắc có thể trả lời chính xác hãy chuyển câu hỏi này cho người nào đủ khả năng trả lời, hoặc ghi nhận lại và có phản hồi sớm nhất.
- Cần phân chia phần trả lời câu hỏi cho từng người phụ trách, ví dụ CEO nên nói nhiều về định hướng công ty và các quyết định mang tính chiến lược, còn Giám đốc sản phẩm sẽ thuyết trình chi tiết sản phẩm.
- Với những câu hỏi khó, câu trả lời không nên là “Chúng tôi không thể...” mà hãy hướng sang một câu trả lời khác, đại loại như “Chúng tôi ước tính...” hoặc “Cho đến bây giờ, chúng tôi chưa có con số chính xác, chúng tôi sẽ cung cấp ngay khi có thể...” hoặc đưa ra con số tương đối mà không ảnh hưởng đến bí mật thông tin của công ty. Bộ trí phiên dịch viên trong trường hợp người trả lời của DN là người nước ngoài. Hãy giữ không khí thoải mái như một cuộc trò chuyện

5. Và sự khác biệt trong kinh doanh kiểu mới

Các phương tiện thông tin đại chúng bản thân nó đã có sự khác biệt. Đó là sự khác biệt về số lượng độc giả, tính chất độc giả và các vấn đề liên quan đến công việc biên tập. Các loại báo chí có các đối tượng người đọc khác nhau, vì vậy cách biên tập cũng sẽ có khác biệt lớn.

Ví dụ, một số ấn phẩm xuất bản tập trung vào cách đưa những câu chuyện, bài viết, phỏng vấn, hoặc nhận xét của chuyên gia lên trang bìa để gây ấn tượng người xem.

Một số báo chí khác lại chú trọng đến nhận xét của các chuyên gia, xuất bản phẩm khác nữa lại chọn các bài tường thuật sự kiện...

Để đạt được hiệu quả nhanh nhất và tốt nhất, điều quan trọng là bài báo giới thiệu sản phẩm hay giới thiệu DN cần được biên tập dựa trên mục đích cụ thể và phù hợp với thể loại báo chí dự định sẽ đăng tải. Ví dụ, một số tạp chí về kinh tế thường sử dụng nhiều bài báo về nhận xét của các chuyên gia, nhưng không chú trọng đến những bài tình huống. Tuy nhiên, báo khác lại ưa thích cách viết tình huống đã qua trải nghiệm như là những ví dụ minh họa dễ hiểu và dễ nhớ. Biết được sự khác biệt đó sẽ có lợi rất nhiều trong việc lựa chọn chủ đề và cách trình bày nội dung trong bài viết.

Việc lựa chọn loại tài liệu nào để xuất bản là rất quan trọng. Sự thành công được quyết định bởi khả năng sử dụng kỹ thuật viết báo. Một yếu tố khác cũng rất quan trọng là xuất bản chủ đề nào có thể gây hứng thú cho người đọc. Yếu tố chung nhất và quan trọng nhất để thành công là phải tìm được chủ đề hấp dẫn người đọc.

Kỷ nguyên bùng nổ Internet và các phương tiện thông tin trực tuyến đang tạo ra những cơ hội mới, những cách thức mới và cũng đòi hỏi những nỗ lực mới.