KẾ HOẠCH CHI TIẾT QUẢNG BÁ WEBSITE

Thời gian áp dụng: Từ 1/8/2013

I. MỤC ĐÍCH

- Nâng cao hiệu quả công tác quảng bá cho các Trang thông tin điện tử Tổng hợp do Gamma NT phát triển nội dung, tăng lượng truy cập và cải thiện vị trí xếp hạng các site,... góp phần xây dựng và khẳng định thương hiệu Công ty, từ đó làm nền tảng phát triển các hoạt động kinh doanh của Công ty.

- Giới thiệu, quảng bá tới khách hàng biết đến Công ty và Website Gamma NT nhằm đẩy mạnh quảng bá thương hiệu, hình ảnh; quảng cáo cho sản phẩm và dịch vụ của Công ty đến với khách hàng và tìm kiếm khách hàng.

II. ĐỐI TƯỢNG

1. Trang thông tin điện tử tổng hợp Xi măng Việt Nam: ximang.com.vn
2. Trang thông tin điện tử tổng hợp Môi trường Việt Nam: moitruong.com.vn
3. Website Gamma NT: gammant.vn

III. HÌNH THỨC QUẢNG BÁ

- Quảng bá trên mạng xã hội Facebook với các hình thức: Fanpage, Group
- Qua các mạng xã hội khác như: Google+, Twiter...
- Tham gia các diễn đàn
- Trao đổi banner với các site khác...

IV. KẾ HOẠCH CHI TIẾT (trước mắt tập trung vào hình thức Quảng bá trên mạng xã hội Facebook)

1. Kết quả thực hiện trong thời gian qua (Tháng 5+6):

1.1. Đối với site Xi măng Việt Nam:

**** Về công tác nội dung:***

- Bình quân mỗi ngày BTV up từ 8-10 bài lên site; các chuyên mục đảm bảo được cập nhật đều hàng ngày (trừ một số chuyên mục đặc thù như: KHCN, Kinh nghiệm vận hành, Nguyên - nhiên liệu, Bảo vệ người tiêu dùng, Chuyên đề xi măng..., tần suất cập nhật có thể kéo dài hơn: 01 tuần).

- Nội dung tin đã được chọn lọc, cơ bản bám sát và phù hợp với tiêu chí của toàn site cũng như từng chuyên mục.

- Qua theo dõi và thống kê hàng ngày: lượt truy cập ổn định, bình quân đạt khoảng 20 - 25 lượt truy cập sau 01 ngày, cá biệt có một số tin đạt trên 50 lượt truy cập sau 01 ngày.

**** Về công tác quảng bá trên Facebook:***

- Tính đến thời 20/7/2013, Facebook Xi măng Việt Nam đã có gần 200 bạn.
- Hàng ngày, Admin thực hiện quảng bá bình quân 02 bài từ site Xi măng
  + Hình thức: Mới chỉ dừng lại ở hoạt động chia sẻ link bài viết từ Website
  + Thống kê kết quả: bình quân khoảng 20 lượt xem/01 link chia sẻ

1.2. Đối với site Môi trường Việt Nam:

**** Về công tác nội dung:***

- Bình quân mỗi ngày BTV up khoảng 13 - 15 bài lên site, đảm bảo tần suất cập nhật hàng ngày cho các mục, chuyên mục (trừ một vài chuyên mục đặc thù như: Công nghệ MT, Thiết bị MT, SP Môi trường, Chuyên đề MT ...)

- Nội dung tin về cơ bản đảm bảo tính cập nhật; sử dụng nhiều nguồn tin.

- Qua theo dõi và thống kê hàng ngày: lượt truy cập ổn định, bình quân đạt khoảng 20-25 lượt truy cập/01 tin/01 ngày; những tin có số lượt truy cập nhiều thường tập trung vào chủ đề: VSATTP, Phóng sự, BĐKH....

**** Về công tác quảng bá trên Facebook:***

- Hàng ngày, Admin thực hiện quảng bá bình quân 4 - 5 bài từ site Môi trường

+ Hình thức: Chủ yếu chia sẻ link bài viết từ Website

Post các bức ảnh về môi trường

+ Thống kê kết quả: bình quân 30 – 50 lượt người tiếp cận/01 link chia sẻ; cá biệt có link chia sẻ đạt từ 100 đến 200 người tiếp cận (reach) (không phải click).

1.3. Đối với site Gamma NT

**** Về công tác nội dung:***

- Bình quân mỗi ngày BTV up khoảng 3-5 bài lên site, đảm bảo tần suất cập nhật hàng ngày cho mục Tin tức.

- Nội dung tin về cơ bản đảm bảo tính cập nhật, sát gần với lĩnh vực hoạt động của Công ty; thông tin có sự chọn lọc kĩ.

- Cần rà soát và tiếp tục bổ sung nội dung cho các mục trên site nhằm cung cấp đầy đủ thông tin và làm phong phú nội dung Website.

**** Về công tác quảng bá trên Facebook:***

- Trong tháng 5, 6 và nửa đầu tháng 7/2013, do đang trong quá trình hoàn thiện nội dung trên Website Gamma nên công tác quảng bá trên Fanpage chưa được chú trọng nhiều, bước đầu mới chỉ dừng lại ở hoạt động tăng like cho Page.

1.4. Đánh giá chung:

Nhìn chung, trong thời gian qua, bộ phận Nội dung cũng như bộ phận Quảng bá Website đã cố gắng phối hợp tuyên truyền và quảng bá, duy trì được số lượt truy cập hàng ngày vào các site tương đối ổn định. Tuy nhiên, thực tế thực hiện phát triển Nội dung cũng như Quảng bá Website thời gian qua vẫn còn một số hạn chế sau:

**** Về công tác phát triển Nội dung:***

- Các BTV chưa thật sự dành nhiều thời gian cho công tác nội dung. Thời gian vừa qua, tin tức cho các site thường chủ yếu được cập nhật dồn dập vào 1 khoảng thời gian nhất định trong ngày, điều này vô hình trung đã tạo thành thói quen cho độc giả, hàng ngày vào thời điểm nhất định (buổi sáng) chỉ truy cập 01 lần vào site để xem toàn bộ tin tức trong ngày, do vậy đã bỏ lỡ các cơ hội lôi kéo độc giả truy cập Website vào các thời điểm khác trong ngày (buổi chiều, buổi tối...).

- Đôi khi có một số tin, bài cập nhật chưa thật sự phù hợp với nội dung của chuyên mục.

- Cách thức trình bày tin, bài đôi lúc còn để xảy ra những lỗi không đáng có như: lỗi văn bản, dính chữ, boxtext trình bày chưa đẹp (hoặc không tạo), thừa dòng mô tả ảnh (thường bị ẩn ở trên site nguồn) nhưng khi paste vào trình Quản trị nội dung của mình nó sẽ hiện ra, không hủy các textlink trong bài viết dẫn tới site nguồn...

- Nguồn tin vẫn chủ yếu lấy từ các Báo điện tử lớn, có vị trí xếp hạng cao, tuy nhiên, thời gian post lại muộn hơn họ rất nhiều, do vậy, độc giả có thể đã đọc được nó trên các site nguồn rồi, sẽ không xem trên site của mình nữa.

**** Về công tác Quảng bá trên Facebook:***

- Hiện tại, công tác quảng bá mới chỉ dừng lại ở hoạt động chia sẻ các link bài viết từ các site Môi trường, Xi măng, Gamma; còn thiếu các status và comment giá trị cho từng link chia sẻ, bài viết…

- Chưa chủ động tạo status, các comment hay để lôi kéo thành viên thực hiện "like", "comment" và tăng tính tương tác giữa các thành viên.

- Nội dung, chủ đề quảng bá chưa phong phú, còn thiếu các bài viết, chủ đề mở rộng ra các lĩnh vực khác.

2. Kế hoạch và cách thức thực hiện trong thời gian tới:

2.1. Đối với các BTV thực hiện phát triển Nội dung các site:

- Cần dành nhiều thời gian hơn cho công tác phát triển nội dung trên tinh thần: trách nhiệm, hiệu quả.

- Cần chủ động khai thác, tìm kiếm thông tin từ nhiều nguồn, nên tăng cường tìm kiếm, khai thác thêm nhiều tin, bài có chất lượng từ các báo chưa có thứ hạng cao, độc giả chưa biết đến nhiều => nội dung sẽ giá trị và hấp dẫn hơn so với các tin được khai thác từ các báo lớn, từ đó thu hút độc giả click đọc tin hơn

- Tin bài khai thác cần đọc và rà soát kĩ nội dung, lựa chọn mục phù hợp để đăng tin; cần phân biệt rõ: các thể loại: tin - bài - phóng sự; các loại văn bản pháp quy...

- Hạn chế khai thác những tin, bài nhạy cảm có liên quan đến vấn đề chính trị hoặc các tin mang tính chất đả phá, công kích,...

- Đối với các tin sự kiện hoặc các phóng sự có tính chất dài kì; các bài viết có cùng chủ đề liên quan với nhau: BTV cần chủ động theo dõi và tạo các Hyperlink liên kết các bài viết trên site với nhau (thậm chí có thể liên kết sang các site khác của Công ty – textlink), tạo thành chuỗi sự kiện để độc giả tiện theo dõi, qua đó cũng khẳng định được sự chuyên nghiệp trong công tác phát triển nội dung.

- Cần đặc biệt chú ý tới cách trình bày cho mỗi tin, tránh các lỗi không đáng có: chính tả, thừa những câu từ không cần thiết...; chú ý tạo và trình bày các boxtext; hủy các textlink, liên kết tới site nguồn lấy tin.

- Đối với mỗi site, nên cập nhật tin, bài theo nhiều thời điểm khác nhau trong ngày, tối thiểu đảm bảo theo 3 thời điểm: sáng, trưa, tối => tăng lượng truy cập vào site.

- Chú ý theo dõi, bám sát các sự kiện cũng như các vấn đề thu hút sự quan tâm của dư luận tại các thời điểm, từ đó chủ động xây dựng các câu hỏi biểu quyết cho mục "Thăm dò ý kiến" trên mỗi site nhằm tăng cường mối tương tác với độc giả.

2.2. Đối với nhóm Quảng bá Website trên Facebook:

2.2.1. Phân công phụ trách công tác quảng bá:

- Ms Trang + Ms Thanh: Phụ trách Quảng bá site Xi măng

+ Facebook: Xi măng Việt Nam

+ Group: Hội những người làm xi măng

- Mr Luân + Mr Nghinh: Phụ trách Quảng bá site Môi trường

+ Facebook: Môi trường xanh

+ Fanpage: Môi trường SOS

- Mr Mạnh: Phụ trách Quảng bá site Gamma

+ Facebook: Xi măng Việt Nam

+ Fanpage: Gamma NT

- Ms Ngọc: Đầu mối theo dõi chung về công tác quảng bá

Với tinh thần: Ưu tiên hoàn thành nhiệm vụ chuyên môn và các công việc chính được giao, các cá nhân sắp xếp thời gian hợp lý, tận dụng Quỹ thời gian còn lại trong ngày để thực hiện công việc quảng bá cho các Trang thông tin điện tử và Website.

2.2.2. Các bước thực hiện

Tiếp tục duy trì theo cách thức thực hiện thời gian qua, tuy nhiên, cần tập trung thực hiện một số công việc sau:

**** Thực hiện thống kê phân tích người dùng Facebook, Fanpage:***

- Phương pháp: Cách tốt nhất để khiến người dùng phải tương tác với nội dung đã post và chia sẻ nó với bạn bè là phải hiểu rõ họ đang quan tâm đến điều gì.

Sử dụng Tính năng thống kê của Facebook, Fanpage (Page Insights) thống kê theo các khoảng thời gian mà Admin thường vào để quảng bá Facebook hàng ngày (ít nhất phải có kết quả thống kê cho 2 thời điểm trong ngày) để xem lại thời gian Post, nội dung post nào được cộng đồng hưởng ứng, tương tác nhiều.

- Kết quả thống kê sẽ bao gồm các nội dung sau:

+ *Fans Tab:* Cho biết Fan của mình là ai và làm thế nào để thu hút, tiếp cận được họ (bao gồm: độ tuổi – giới tính, Địa phương – lãnh thổ, Ngôn ngữ…)

+ *Like Sources:* Cho biết số lần người dùng like Fanpage chia theo nguồn mà người dùng tìm thấy Page của mình.

+ *Reach Tab:* Cho biết mức độ tiếp cận của Fan với những nội dung đã được post lên Fanpage (chia theo: độ tuổi – giới tính, Địa phương – lãnh thổ, Ngôn ngữ…)

+ *Reach Graph:* Cho biết có bao nhiêu người thấy nội dung đã post từ tất cả các nguồn

+ *Frequency graph:* Cho biết có bao nhiêu người thấy được nội dung từ Page của mình

+ *Tab Talking About This:* Cho biết được đối tượng đang tương tác với Page của mình và họ tương tác thông qua hình thức nào.

(Có tài liệu hướng dẫn chi tiết đi kèm)

**** Trên cơ sở các kết quả thống kê, phân loại kể trên, các Admin tiến hành công việc cập nhật nội dung cho Facebook và Fanpage, bao gồm:***

- Xây dựng lịch post bài, chia sẻ link trong Quỹ thời gian có thể dành cho việc quảng bá => Cần phân bố thời gian đăng bài một cách hợp lý, tránh để tình trạng lúc thì dồn dập đăng bài, lúc thì lại không có bài đăng nào.

- Lựa chọn và tập trung post bài, cung cấp nội dung phù hợp với đặc điểm, mối quan tâm chính của từng nhóm fan (đặc biệt nhóm có số lượng lớn).

Với mỗi bài viết, link chia sẻ cần chọn lựa, đăng một status phù hợp, kích thích sự tò mò, lôi cuốn của thành viên.

+ Nội dung bài viết nên ngắn gọn, sử dụng từ ngữ thân thiện, đúng mực, hóm hỉnh

+ Status súc tích, tùy biến theo từng nội dung bài viết muốn chia sẻ và đăng tải, có thể đặt status theo các cách sau:

. Đặt các câu hỏi hoặc ở dạng điền vào chỗ trống thì bạn sẽ giúp cho bài đăng tăng được tính tương tác giữa các thành viên.

. Đề nghị thành viên bấm "like" trang

. Kêu gọi hành động

. Kêu gọi thành viên chia sẻ thông tin

....

=> Nhằm mục đích cuối cùng là lôi kéo thành viên click vào link các bài viết trên các site của Công ty.

- Một thông tin hay được đưa đi luôn nhận được những phản hồi từ những thành viên, và Facebook đánh giá cao những comment phản hồi đó, và tất nhiên nghệ thuật để thành viên comment tích cực nằm ở thông điệp gửi đi và cách thực hiện công việc.

Bởi vậy, sau khi đã đăng bài, chia sẻ link, vào các thời điểm khác trong ngày, Admin cần dành thời gian trả lời các comment. Việc nhanh chóng trả lời Fan sẽ khiến fan cảm thấy mình được quan tâm và tiếp tục tham gia vào cuộc đối thoại (tuy nhiên, cũng không nên quá sa đà vào việc này, gây lãng phí thời gian; trả lời comment đúng trọng tâm, hạn chế những cuộc tán gẫu không cần thiết).

- Thay đổi ảnh bìa thường xuyên để làm mới và giúp Page, Facebook thêm sinh động

- Ngoài ra, các Admin cũng nên viết những status, comment về các vấn đề trong đời sống hàng ngày, thể hiện sự quan tâm tới các thành viên, làm tăng mối tương tác và thu hút thành viên (không nên chỉ đơn thuần thực hiện hoạt động quảng bá của mình). VD như:

+ Gửi các thông điệp chúc mừng nhân ngày lễ, sinh nhật, năm mới...

+ Bàn về các sự kiện, chủ đề hot đang được nhiều người quan tâm

+ Chia sẻ kinh nghiệm, các mẩu chuyện vui, thông điệp ý nghĩa, ảnh đẹp...

- Các Admin toàn quyền chủ động lựa chọn nội dung đăng tải, tạo chủ đề, bài viết theo định hướng sau:

+ Sử dụng nguồn tin chính thống

+ Tuyệt đối không post, bàn luận về các chủ đề nhạy cảm liên quan đến chính trị, tôn giáo, sắc tộc, văn hóa vùng miền; các chủ đề công kích gây xung đột, chia rẽ fan; hoặc các chủ đề, những bức ảnh không phù hợp với văn hóa, thuần phong, mỹ tục của Việt Nam.

+ Kiểm soát kĩ nội dung trước khi đăng tải tránh các lỗi chính tả không đáng có.

**** Thực hiện các hoạt động hỗ trợ khác:***

- Không ngại click nút "like" với các bài viết hay hoặc các comment của thành viên

- Tăng cường mối liên kết, hợp tác với các Fanpage cũng như các Group khác

- Luôn luôn mời bạn bè tham gia Facebook, Fanpage và thường xuyên chia sẻ Fanpage vào các nhóm (Group) có số lượng thành viên cao, để đăng bài quảng bá, trao đổi và đặt link giới thiệu… tuy nhiên, không sa đà vào việc spam, tán gẫu.

- Lựa chọn những bạn bè, fan có số lượng thành viên lớn (> 3.000) và thực hiện đăng bài viết lên tường của họ.

- Khi đăng một bức ảnh, nên thực hiện thêm thao tác Tag từ 30 – 50 thành viên vào bức ảnh nhằm thu hút thêm bạn của số thành viên đó biết tới và tăng view cho page.

- Truy cập vào một số website trao đổi like với các page khác hay các mạng xã hội khác như: abclike.com; tanglike.vn… nhằm làm tăng like cho Fanpage (đây chỉ là giải pháp tạm thời trong giai đoạn đầu).

**** Định kỳ hàng tuần (Thứ 6): Admin làm Báo cáo thống kê đánh giá kết quả quảng bá Fanpage, Facebook trong tuần và đề xuất định hướng cho tuần kế tiếp.***

- Sử dụng tính năng thống kê trong Fanpage: Page Insights

- Trích xuất dữ liệu thống kê và lập Báo cáo ***(có mẫu báo cáo riêng)***

2.3. Vào ngày 30 hàng tháng, nhóm quảng bá sử dụng một công cụ phân tích và đánh giá Website (Google Analytics, Alexa...) để thống kê và phân tích các Website của Công ty, nhằm mục đích:

- Đánh giá hoạt động của Website trong tháng để có những điều chỉnh kịp thời

- Đánh giá hiệu quả của hoạt động quảng bá Website

3. Yêu cầu:

- Kế hoạch này được xây dựng trên cơ sở ý kiến thảo luận đã được thống nhất của các thành viên trong trong nhóm quảng bá.

- Các thành viên thực hiện nghiêm túc theo kế hoạch này với tinh thần chủ động, trách nhiệm; thường xuyên có sự hỗ trợ, trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm giữa các thành viên với nhau.

- Với mỗi đầu công việc, cần sắp xếp thời gian hợp lý, hoàn thiện trong thời gian ngắn nhất có thể.

- Trong quá trình thực hiện, cần chủ động tổng hợp, đánh giá và đưa ra những đề xuất hợp lý đối với lãnh đạo Công ty để có sự điều chỉnh kịp thời.