

Mục tiêu



- ❖ Hiểu Thông cáo Báo chí (TCBC) là gì và vai trò của nó đối với giới truyền thông cũng như đối với doanh nghiệp.
- ❖ Biết cách viết một Thông cáo Báo chí hiệu quả cả về hình thức lẫn nội dung.
- ❖ Tìm hiểu một số mẫu Thông cáo Báo chí thông dụng trong thực tế.

MỤC LỤC BÀI 3

Học viên cần nắm rõ để xác định mục tiêu học tập.



www.dinhthienminh.net

- 01 Khái niệm Thông Cáo Báo Chí
- 02 Vai trò của Thông Cáo Báo Chí
- 03 Mục đích của Thông Cáo Báo Chí
- 04 Yêu cầu đối với người viết TCBC
- 05 Ai thường xuyên tiếp xúc với TCBC
- 06 Nguyên tắc viết Thông cáo báo chí
- 07 Nội dung cơ bản Thông Cáo Báo Chí
- 08 Hình thức cơ bản Thông Cáo Báo Chí
- 09 Một số lời khuyên & Bài tập



01

Khái niệm TCBC

“Thông cáo Báo chí là một văn bản được viết trực tiếp cho các thành viên của giới truyền thông nhằm mục đích thông báo một tin tức có giá trị” (Theo Wikipedia).

Thông cáo báo chí là một phần của bộ tài liệu truyền thông (Media Kit), là dạng tài liệu không có bản quyền bởi nó được báo giới coi là nguồn tin chứ không phải một bài viết để được đăng tải nguyên bản.

Thông cáo Báo chí được gửi tới phương tiện truyền thông báo in gọi là Press Release, báo hình gọi là Video News Release hay báo điện tử thì đều có một tiêu chí chung là phải chứa tin.



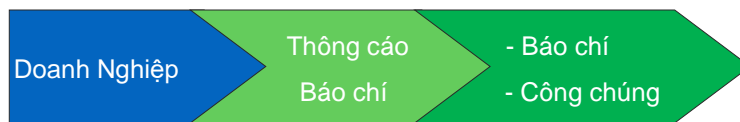
www.dinhthienminh.net



Vai trò TCBC



- ❖ Là cầu nối giữa doanh nghiệp với báo chí và công chúng.
- ❖ Là tiếng nói chính thức của doanh nghiệp.



www.dinhvienminh.net



Vai trò TCBC



- ❖ Đối với các chuyên viên PR, TCBC được xem là tài liệu đề nghị được công bố bởi báo giới.
- ❖ Đối với các phương tiện truyền thông, TCBC được xem là nguồn tin để có thông tin cho bài viết.



www.dinhvienminh.net



Mục đích TCBC



- ❖ Mục đích cao nhất là được đăng tin tốt.
- ❖ Cung cấp thông tin cho báo chí.
- ❖ Giải đáp câu hỏi của dư luận.
- ❖ Hỗ trợ tìm hiểu về sản phẩm/ dịch vụ.
- ❖ Một cách quảng bá hình ảnh doanh nghiệp.



Yêu cầu đối với người viết TCBC



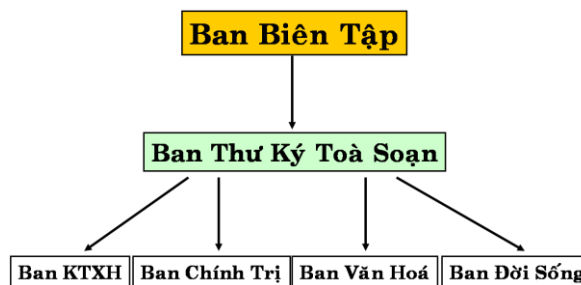
- ❖ Hiểu rõ mục đích thông tin của TCBC;
- ❖ Hiểu tổng quan về ngành báo chí và tờ báo;
- ❖ Nắm bắt được đề tài báo cần;
- ❖ Hiểu rõ ngành mình đang công tác;
- ❖ Biết kết nối sự kiện được thông báo với tin nóng của ngành hay tin thời sự.



Ai thường xuyên tiếp xúc với TCBC



- ❖ Phóng viên;
- ❖ Trưởng trang;
- ❖ Biên tập viên;
- ❖ Thư ký Tòa soạn;
- ❖ Phó Tổng Biên tập;
- ❖ Tổng Biên tập.



www.dinhtienminh.net



Nguyên tắc viết TCBC



- ❖ TCBC đều được viết theo kiểu cấu trúc *kim tự tháp ngược*;
- ❖ Mức độ quan trọng của thông tin *giảm dần từ đáy xuống đỉnh* kim tự tháp ngược.



www.dinhtienminh.net



Nguyên tắc viết TCBC



- ❖ Phần đầu TCBC là quan trọng nhất và chứa đầy đủ thông tin theo nguyên tắc 5W+1H;
- ❖ Phần tiếp theo chi tiết hóa phần đầu hoặc những lời trích dẫn;
- ❖ Phần cuối là thông tin doanh nghiệp, tổ chức phát hành TCBC và thông tin liên hệ.



Nguyên tắc viết TCBC



- ❖ TCBC cần trình bày ngắn gọn, nêu bất ý quan trọng và tập trung vào chủ đề.
- ❖ TCBC cần kích thích sự tò mò nhằm thu hút sự quan tâm của báo giới.



Nội dung cơ bản TCBC

1. Mục đích thông cáo:

Thông báo khẩn;

Giá trị từ ngày dd/mm/yy.

Giá trị đến ngày dd/mm/yy;

Dòng chữ này được đặt ở góc cao bên trái TCBC;

Nếu dùng giấy tiêu đề (Letter head) thì cho nằm ngay dưới tên và logo của công ty;



www.dinhkienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC



Giá trị từ ngày 25 tháng 8 năm 2012



**NHÓM PHÁT TRIỂN PHẦN MỀM
SINH VIÊN-HỌC SINH**
-----SSDG-----

Thông báo khẩn



www.dinhkienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC



2. Thông tin liên hệ:

Rất quan trọng và đòi hỏi phải chính xác;

Là người có nhiều thông tin nhất và có quyền trả lời báo chí;

Nằm dưới phần mục đích thông báo 2 dòng;

Cần đủ thông tin: Họ tên, chức vụ, điện thoại, Mobile phone/ Fax/ Email/ Y.M...

Cả người của agency (nếu có)



www.dinhkienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC

Ví dụ minh họa



**NHÓM PHÁT TRIỂN PHẦN MỀM
SINH VIÊN-HỌC SINH**
-----SSDG-----

Thông báo khẩn

Thông cáo Báo chí

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ:

Nguyễn Phi Nhu

SSDG PR Manager

(T): +84 903 398 098

(E): phi-nhu.nguyen@ssdg.com.vn

Trần Thị Thanh Tâm

AVC Communications

(T): +84 983 160 986

(E): thanhtam.tran@avc.com.vn



www.dinhkienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC



3. Tít chính – Tít phụ:

Tít chính:

Thể hiện được thông điệp của công ty;
Giật tít phải ngắn gọn, ấn tượng, mạnh mẽ và gây sự chú ý;
Chữ in hoa toàn bộ.
Cỡ chữ to, đậm.
Nằm dưới phần liên hệ 2 dòng.
Tránh chữ bị xuống hàng (rớt hàng) vô lý.



Nội dung cơ bản TCBC

Ví dụ minh họa



- ❖ TẠI SAO THÓI QUEN CỦA MỘT ĐỜI NGƯỜI THAY ĐỔI
- ❖ HÃNG MERCEDES BENZ GIẢM GIÁ TÚI KHÍ AN TOÀN
- ❖ CÁC NHÀ KHOA HỌC NỖ LỰC CỨU CÁ HEO



Nội dung cơ bản TCBC



3. Tít chính – Tít phụ (tt):

Tít phụ:

Thể hiện những thông điệp phụ (nếu có);
 Sử dụng khi có nhiều thông tin, phức tạp và cần được làm rõ;
In hoa các chữ cái đầu tiên của từng từ.
Cỡ chữ nhỏ hơn tít chính, đậm, nghiêng.
Nằm dưới phần tít chính.



www.dinhkienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC

Ví dụ minh họa



**SAMSUNG VINA TỔNG KẾT THÀNH CÔNG GIAI ĐOẠN I
 CHƯƠNG TRÌNH “TỪ TRÁI TIM ĐẾN TRÁI TIM”**
300.000 USD được quyên góp thêm cho giai đoạn II của chương trình



www.dinhkienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC



4. Địa điểm – thời gian:

Thể hiện phạm vi và thời gian thông tin.

Nằm ở đoạn đầu của TCBC.

Ví dụ:

Việt Nam, ngày 21 tháng 7 năm 2013, Công ty...

Hà Nội, ngày 07 tháng 02 năm 2013, Công ty...

Châu Á Thái Bình Dương, ngày 01 tháng 06 năm 2013, Công ty...



Nội dung cơ bản TCBC



5. Lời dẫn (đoạn 1):

Nên viết như một tin hoàn chỉnh cho các media có thể sử dụng được ngay;

Ngắn gọn, đi thẳng vào vấn đề, thu hút sự chú ý của media;

Thể hiện các mục đích chính qua **5W1H**;

Đây là đoạn chốt yếu có thể đứng độc lập;



Nội dung cơ bản TCBC

Ví dụ minh họa



Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 8 năm 2013, Khóa học hè thường niên về quản trị PR dành cho DNVVN sẽ được tổ chức lần thứ 5 tại Hà Nội từ ngày 05 đến ngày 10 tháng 9 năm 2013 do trường Đại học Kinh tế Tài chính chủ trì.



www.dinhvienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC



6. Thân bài (đoạn 2, 3, 4):

Bắt đầu bằng câu chuyển đoạn;

Cung cấp thêm chi tiết hay thông tin phụ, thông tin phong phú hơn ngoài các thông tin cốt yếu đã đưa tại đoạn 1;

Trích dẫn người có quyền thông tin cao nhất hoặc người phát ngôn trong phạm vi được giao;

Trích dẫn phải cụ thể, hướng tới nội dung đoạn 1.



www.dinhvienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC

Ví dụ minh họa



Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 14 tháng 3 năm 2006, Tập đoàn Điện ảnh Quốc tế Warner Bros. và Hãng phim Thiên Ngân Galaxy thông báo chính thức tiến hành hợp tác đầu tư trong xây dựng và vận hành cụm rạp nhiều phòng chiếu theo tiêu chuẩn quốc tế tại Việt Nam. Thông tin này đã được tuyên bố bởi ông Millard Ochs, Chủ tịch Tập đoàn Điện ảnh Quốc tế Warner Bros. và ông Phan Tô Hồng Hải, người phát ngôn Công ty Phim Thiên Ngân Galaxy.

“Xây dựng rạp tại Việt Nam là mục tiêu hàng đầu trong chiến lược kinh doanh của chúng tôi nhằm thúc đẩy lượng khán giả đến rạp trong những thị trường tiềm năng”, ông Orch nói, “Việt Nam là một quốc gia với dân số khoảng 80 triệu người nhưng hiện chỉ có khoảng 60 rạp đang hoạt động. Với tiêu chí xây dựng rạp theo tiêu chuẩn tiên tiến và hiện đại nhất, chúng tôi hy vọng sẽ không chỉ thúc đẩy thói quen xem phim tại rạp mà còn góp phần làm lớn mạnh nền công nghiệp điện ảnh của Việt Nam”.



www.dinhvienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC



7. Thông tin công ty:

Thể hiện thông tin về công ty, ngành nghề, doanh số, nhân viên, các thành tích đạt được...

Thống nhất cho tất cả TCBC của công ty;

Cập nhật số liệu hằng năm hoặc khi có thay đổi.



www.dinhvienminh.net



Nội dung cơ bản TCBC

Ví dụ minh họa



Ví dụ 1:

Về Tập đoàn Điện tử Samsung:

Samsung Electronics là tập đoàn đa quốc gia hàng đầu thế giới trong lĩnh vực sản xuất các thiết bị bán dẫn, truyền thông và công nghệ kỹ thuật số với tổng doanh số đạt 57 tỷ USD và lợi nhuận ròng đạt 7,6 tỷ USD trong năm 2005. Số lượng nhân viên lên đến 128.000 người tại 90 văn phòng ở 51 quốc gia. Hoạt động của Samsung Electronics tập trung vào 5 lĩnh vực chủ yếu: các thiết bị điện tử gia dụng kỹ thuật số, truyền thông kỹ thuật số, màn hình LCD, chip bán dẫn, hệ thống mạng viễn thông.

Trong 5 năm qua, Samsung Electronics được công nhận là thương hiệu có tốc độ tăng trưởng cao nhất trên toàn cầu. Theo đánh giá hàng năm của tạp chí Interbrand thuộc Business Week, Samsung Electronics đang xếp thứ 20 trong số 100 thương hiệu lớn nhất toàn cầu. Giá trị thương hiệu của Samsung Electronics hiện nay đạt 14,95 tỷ USD, tăng 186% trong vòng 5 năm qua.



www.dinhkienminh.net



Hình thức cơ bản TCBC



- ❖ Nên dùng giấy Letter head hoặc giấy A4;
- ❖ Cách dòng 1.5 lines hoặc 2 lines;
- ❖ Lệ trái và phải ít nhất là 1 inch;
- ❖ Độ dài: 1 mặt giấy A4 là lý tưởng, tối đa 2 mặt, tất nhiên có trường hợp đặc biệt;



www.dinhkienminh.net



Hình thức cơ bản TCBC



- ❖ Các trang nên được đánh số;
- ❖ Cuối trang nếu còn tiếp thì nên dùng chữ còn tiếp hoặc more (nếu viết tiếng Anh);
- ❖ Cuối bản thông cáo báo chí nên dùng dấu hiệu ###.
- ❖ Ngoài ra, có thể thể hiện bản chất thông tin và trách nhiệm thông tin.



Một số lời khuyên và bài tập



- ❖ Không nên chờ đăng tin mà phải theo dõi;
- ❖ Thăm dò về tính hữu dụng của thông cáo đối với báo chí;
- ❖ Hãy nghiêm túc, thận trọng và đặt mọi niềm tin vào TCBC của mình.
- ❖ Tránh những lời công bố cường điệu và không có bằng chứng.
- ❖ Nên hạn chế sử dụng thuật ngữ.



Bài tập TCBC



- ❖ Ra mắt sản phẩm mới;
- ❖ Thông tin về nhà máy mới;
- ❖ Công bố chương trình khuyến mãi;
- ❖ Công bố dự án hợp tác;
- ❖ Công bố dự án đầu tư;
- ❖ Công bố kết quả khảo sát, nghiên cứu, giải thưởng;
- ❖ Công bố dự án tài trợ;
- ❖ Giới thiệu tổng giám đốc mới;
- ❖ Công bố lễ động thổ;
- ❖ Phát ngôn về vấn đề liên quan (crisis).
- ❖ Thông tin về lễ khánh thành;



www.dinhkienminh.net



KẾT THÚC



www.dinhkienminh.net

