

# TRUYỀN THÔNG SỐ GÓP PHẦN NÂNG TẦM THƯƠNG HIỆU CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC HIỆN NAY

Nguyễn Văn Long \*

**Tóm tắt:** Truyền thông số là các phương thức truyền thông kỹ thuật số. Dạng phương tiện này có thể tạo, xem, phân phối và sửa đổi, bảo quản các bản truyền thông khác nhau. Thông qua truyền để có thể dẫn các thông tin trên thiết bị điện tử chuyên dụng nhằm hỗ trợ cho con người.

Truyền thông số là nội dung, tài sản đề cập đến các nền tảng kỹ thuật số, như các kênh truyền thông, email, website,... Những công cụ này thường được dùng để truyền tải các hoạt động tiếp thị, quảng cáo trên không gian digital.

**Từ khoá:** Truyền thông số, kênh truyền thông, email, website.

**Summary:** Digital media are digital communication methods. This type of media can create, view, distribute, modify and preserve different media versions. Through transmission, information can be transmitted on specialized electronic devices to support people. Digital media is content and assets that refer to digital platforms, such as media channels, emails, websites, etc. These tools are often used to transmit marketing and advertising activities over the air. digital space.

**Keywords:** Digital media, media channels, email, website.

Truyền thông số (Digital Media) là việc sử dụng các phương tiện kỹ thuật số để truyền tải thông tin, quảng bá sản phẩm, dịch vụ của một tổ chức, doanh nghiệp tới khách hàng mục tiêu. Các phương tiện truyền thông số phổ biến bao gồm: website, blog, email marketing, mạng xã hội, quảng cáo trực tuyến, video marketing, podcast, v.v.

Có 5 kênh truyền thông số phổ biến sau:

1) **Tivi:** Tivi là một trong những kênh truyền thông số có sự tiếp cận đến khách hàng trong thời gian ngắn nhất với sức lan tỏa lớn. Ngày nay, khi công nghệ ngày càng phát triển hơn, Tivi không chỉ là kênh truyền đi thông tin mà nó còn là sự tương tác 2 chiều. Tuy nhiên, mức chi phí cho truyền thông trên truyền hình kỹ thuật số rất lớn.

2) **Digital:** Digital được chia thành các mảng nhỏ dưới đây:

- Quảng cáo banner: Cách quảng cáo đánh vào thị giác của mỗi người. Việc thiết kế các banner đẹp mắt trên các website sẽ giúp người dùng dễ dàng chú ý đến các quảng cáo của doanh nghiệp và từ đó họ sẽ tìm hiểu nhiều hơn về doanh nghiệp;

- Email Marketing: Tạo dựng mối quan hệ thân thiết giữa khách hàng với thương hiệu thông qua hệ thống hộp thư điện tử, giúp người dùng có thể dễ dàng nhận diện về brand của mình;

- Social Media Marketing: Với các nền tảng phổ biến hiện nay (Facebook, Instagram, Twitter,...) rất phù hợp với đối tượng là người dùng trẻ tuổi. Các doanh nghiệp cần xác định được mục tiêu rõ ràng đối với những khách hàng

\* Trường ĐH KD&CN Hà Nội

của doanh nghiệp nếu như quyết định sử dụng phương thức này.

3) **OOH – Out of Home:** Đây là cách tiếp thị ngoài trời mà nhiều doanh nghiệp đã sử dụng và nó luôn có hiệu quả trong thời gian qua. Chúng ta có thể bắt gặp các biển quảng cáo tại các toà nhà, bến xe bus,...

- Billboards: Những biển quảng cáo ngoài không gian rộng;

- Street Furniture: Quảng cáo trên các đường phố đông người;

- LCD building: Quảng cáo trên các màn hình lớn ở các toà nhà cao tầng hay trung tâm thương mại;

- Transit Advertising: PR chuyên tiếp.

4) **Radio:** Đây là phương tiện truyền thông kỹ thuật số lâu đời, đã cung cấp rất nhiều những thông tin chất lượng đến các thính giả. Đây cũng là một trong

các cách truyền thông mà nhiều doanh nghiệp lựa chọn sử dụng. Kênh truyền thông này thường sẽ hướng đến những khách hàng hay nghe đài hoặc làm việc trong môi trường không sử dụng đến tivi như taxi, tài xế chạy đường dài,...

5) **Print - ads:** Print - ads cũng là một trong các cách truyền thông lâu đời thông qua báo giấy, tạp chí quảng bá các hình ảnh của doanh nghiệp đến độc giả. Mục tiêu của loại truyền thông này là hướng đến các độc giả là nhân viên văn phòng hoặc trung niên,...Ngày nay, khi công nghệ ngày càng phát triển, người ta thường hướng đến xuất bản bài báo, tạp chí trên internet.

**Cách thức hoạt động của truyền thông số**

Hiện tại có một số phương thức truyền thông số phổ biến như sau:

Cách thức hoạt động	Nội dung
<b>Owned Media</b>	* Là việc các công ty, doanh nghiệp sử dụng nhằm quản lý những kênh truyền thông riêng của mình như: Fanpage, website,... * Là hình thức quảng bá giúp hình ảnh doanh nghiệp in sâu trong tâm trí khách hàng. * Hình thức này có thể sử dụng lâu dài, giúp doanh nghiệp tiết kiệm nhiều hơn so với trả phí .
<b>Paid Media</b>	* Là phương thức truyền thông mà tổ chức, doanh nghiệp cần phải trả một khoản ngân sách để sử dụng được kênh digital đó. * Phương thức này có thể hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận khách hàng mục tiêu dễ dàng trong phạm vi rộng
<b>Earned Media</b>	* Đây là cách thức truyền thông nâng cấp hơn hình thức truyền miệng. * Nội dung truyền thông của những bài đăng thường sẽ phụ thuộc vào phía công chúng. Tùy thuộc vào chiến lược marketing của các doanh nghiệp, SEO sẽ nhận được tin tốt hoặc xấu.

Truyền thông số với đặc tính lan tỏa thông tin nhanh chóng đến các đối tượng và tác động một cách thường xuyên, có tính tương tác cao... đang trở thành

hình thức thông tin phù hợp, hiệu quả để quảng bá, nhất là trong lĩnh vực giáo dục.

**Xu hướng tiếp cận “số hóa” đang phủ sóng giới trẻ**

Những năm qua, ở nước ta mức sống người dân được nâng cao, cùng với sự phát triển công nghệ đã làm gia tăng nhanh chóng lượng người sử dụng internet. Theo nguồn vtv.vn, xuất phát điểm với 0,25% dân số sử dụng internet năm 2002, chỉ sau 2 thập kỷ, tỷ lệ này tăng lên tới hơn 70%, đưa Việt Nam nằm trong danh sách 20 quốc gia trên thế giới có lượng người sử dụng internet lớn nhất. Trung bình một người trong độ tuổi 16-64 dành gần 7 tiếng một ngày sử dụng internet. Đây là những điều kiện thuận lợi để truyền thông số phát triển nhanh chóng ở Việt Nam, chiếm ưu thế tuyệt đối so với các hình thức truyền thông truyền thống.

Theo báo cáo “Thị trường quảng cáo số Việt Nam 2021”: Chiến lược đón đầu và đột phá” của Adsota và SOL Premier (2021), Việt Nam có tới 155 triệu thuê bao di động. Việc hầu hết mọi người đều sở hữu điện thoại thông minh và dành khá nhiều thời gian của mình vào các phương tiện truyền thông xã hội đã thay đổi rất lớn ngành truyền thông, tạo nên làn sóng mạnh mẽ trong việc chuyển đổi từ những phương thức truyền thông số sang kỹ thuật số.

Với ưu thế riêng của mỗi kênh, truyền thông có thể đáp ứng nhu cầu của nhiều nhóm đối tượng cụ thể. Trong đó, giới trẻ là đối tượng tham gia tương tác lớn nhất trên các kênh truyền thông số, đặc biệt là mạng xã hội. Mạng xã hội trở thành kênh cập nhật thông tin phổ biến của đối tượng học sinh, sinh viên. Hơn 86% sinh viên sử dụng mạng xã hội và/hoặc báo điện tử để cập nhật thông tin. Trong khi đó, tỷ lệ đối với báo in là chưa đến 6%.

Có thể thấy rằng, với tốc độ phát triển nhanh chóng và đa dạng, truyền

thông số đã và đang ngày càng phổ biến tại Việt Nam. Truyền thông số đã, đang và sẽ tác động lớn đến các khía cạnh của đời sống kinh tế - xã hội, như: Truyền thông số trên nền tảng internet tạo điều kiện thuận lợi cho các dự án khởi nghiệp. Truyền thông số cung cấp cho các doanh nghiệp những phương án truyền thông hiệu quả, đa dạng, chi phí thấp, nhanh chóng và tiện lợi, qua đó giúp làm giảm rào cản gia nhập thị trường. Đại đa số các doanh nghiệp lớn, nhỏ lựa chọn sử dụng các kênh truyền thông số, trong đó phổ biến nhất là mạng xã hội.

Truyền thông số có tính hai chiều, cho phép tương tác giữa đối tượng và chủ thể. Các kênh truyền thông dựa trên nền tảng internet, một mặt, có chức năng chuyển tải thông điệp của chủ thể tới đối tượng; mặt khác, lưu trữ phản hồi của đối tượng đối với thông điệp, sản phẩm đó. Đúng từ góc độ người bán, truyền thông số cho phép các doanh nghiệp thực hiện đồng thời việc quảng cáo và điều tra, nắm bắt nhu cầu khách hàng - góp phần làm giảm chi phí và tăng hiệu quả marketing. Ở chiều ngược lại, thông tin rộng rãi trên các phương tiện truyền thông đem đến cho người mua nhiều lựa chọn hơn và tiết kiệm thời gian tìm kiếm.

Tuy nhiên, truyền thông số đang phát triển mạnh mẽ, nở rộ, nhưng nhiều cơ sở đào tạo hiện còn chưa khai thác hết được sức mạnh. Do đó, công tác truyền thông số còn thiếu hiệu quả, manh mún, chưa đồng bộ và thiếu chiến lược dài hạn, dẫn đến việc dễ bị ảnh hưởng khi các nền tảng lớn, như: Facebook, Google... thay đổi.

**Nỗ lực “số hóa” truyền thông, tăng tương tác với hoạt động dạy học**

Với khả năng siêu kết nối trong siêu không gian và thời gian, truyền thông số không chỉ có vai trò điều hòa và kiểm soát xã hội, mà còn kết nối sức mạnh trí tuệ, cảm xúc của công chúng, cộng đồng và người dân nói chung trong quá trình khơi dậy tài nguyên mềm và phát triển sức mạnh mềm. Đây chính là yếu tố cần thiết để gia tăng sự phát triển của các lĩnh vực kinh tế - xã hội.

Trung tâm Truyền thông của một số trường Đại học đã không ngừng đổi mới, nỗ lực hiện đại hóa công tác thông tin truyền thông. Dựa trên những dữ liệu đã được kiểm chứng, sử dụng nền tảng công nghệ và các ứng dụng mới vào truyền thông chính là giải pháp nắm bắt hiệu quả nhu cầu thông tin trên môi trường mạng đang phủ sóng giới trẻ - nhu cầu học tập bậc cao hơn.

Hiện nay, các trường đại học tại Việt Nam ngày càng chú trọng để phát triển chiến lược truyền thông nhằm thu hút người học, cũng như tạo dấu ấn trong xã hội. Điều này cũng đồng nghĩa với việc rất nhiều trường đại học đã bắt đầu xây dựng bộ phận truyền thông riêng biệt.

Với tầm nhìn chiến lược, ngay từ rất sớm, truyền thông số tại các trường đại học vạch ra các chiến lược tiếp thị hình ảnh hấp dẫn, có đầu tư, đồng thời tăng tương tác với các đối tượng người

học, đối tác, từng bước trở thành đơn vị cốt lõi trong việc phát triển và mở rộng thương hiệu, tuyển sinh của trường.

Xác định công tác truyền thông qua website, mạng xã hội, báo chí... đóng vai trò quan trọng, giúp đưa đến cho công chúng những thông tin chính thống về hoạt động của nhà trường và công tác tuyển sinh, đào tạo, được đăng phát trên các nền tảng điện tử như báo điện tử, phát thanh, truyền hình đã góp phần quan trọng vào lan tỏa hình ảnh của nhà trường, từ đó góp phần nâng cao thương hiệu, trong cộng đồng các trường đại học.

**Kết luận:** Cùng với sự phát triển không ngừng của khoa học công nghệ thì truyền thông kỹ thuật số 4.0 đang dần thay đổi các phương thức truyền thông truyền thống trước đó. Truyền thông kỹ thuật số sẽ đưa con người tiếp xúc một cách gần nhất và nhanh nhất đến các thông tin thiết yếu. Hơn nữa chỉ cần thời gian vài giây sau khi đăng tải là có thể tiếp cận được với hàng ngàn người khác nhau ở mọi vùng miền khác nhau. Truyền thông và quảng cáo trên Youtube và Facebook là hai trang mạng xã hội có tốc độ tăng trưởng lớn ở nước ta. Do đó, đây chính là một trong những hình thức truyền thông đem đến hiệu quả cao và tốt nhất cho các doanh nghiệp, các trường đại học./.

### Tài liệu tham khảo

1. Guy Kawasaki và Peg Fitzpatrick (2014). The Art of Social Media (Nghệ thuật của truyền thông mạng xã hội). Nxb Portfolio, Hoa Kỳ.
2. “Truyền thông xã hội”. Tác giả Dave Kerpen (2014). Nxb Lao động - Xã hội.
3. Philip Kotler (2017). Tiếp thị 4.0 dịch chuyển từ truyền thống sang Công nghệ số. Nxb Trẻ, HCM - 2017.
4. <https://luatduonggia.vn/truyen-thong-ky-thuat-so-la-gi-phuong-tien-truyen-thong-ky-thu-at-so/>
5. <https://quangngaijob.vn/tin-tuc/truyen-thong-so-la-gi-91.html>