

新媒体时代企业宣传策略创新研究

孙正悦

中石化第四建设有限公司 天津市 300270

DOI:10.12238/ems.v7i6.13798

[摘要] 本研究聚焦新媒体时代石油化工企业宣传策略创新。分析了公司以施工技术革新、提质增效等为重点,借助报纸、微信等多渠道宣传的现状。指出宣传在展示企业形象、开拓市场及激励员工方面的作用。探讨新媒体带来的机遇与挑战,提出针对性创新策略,以提升宣传效果,增强企业竞争力。

[关键词] 新媒体时代; 石油化工企业; 宣传策略创新

引言:

在新媒体蓬勃发展的当下,信息传播方式发生巨大变革。石油化工企业传统宣传模式面临挑战与机遇。本公司作为石油化工行业一员,日常宣传工作有其特点与目标。研究新媒体时代下宣传策略创新,对提升公司宣传效果、实现企业发展目标意义重大。

1. 新媒体时代企业宣传概述

1.1 新媒体时代特点

新媒体时代是一个以数字技术、网络技术和移动通讯技术为支撑的信息传播新时代。在这个时代,信息传播呈现出诸多鲜明的特点。

其一,传播速度极快。借助互联网的高速网络基础设施,信息能够在瞬间传遍全球各个角落。一条新闻、一个事件或者一个企业的宣传资讯一旦发布,就可以以近乎实时的速度被大量用户获取。例如,企业发布新产品上市的消息,通过微博、抖音等新媒体平台,几秒钟内就可以推送到数以万计甚至百万计的用户面前。

其二,传播范围广泛。新媒体突破了地域、国界的限制,只要有网络接入的地方,就能够接收到信息。无论是在繁华的都市还是偏远的乡村,无论是国内还是国外,企业的宣传内容都有机会被看到。这为企业开辟了巨大的潜在市场,企业可以将自己的产品、服务和品牌形象展示给全球范围内的消费者。

1.2 企业宣传的重要性

在现代商业环境下,企业宣传具有不可忽视的重要性。从市场竞争的角度来看,有效的企业宣传能够帮助企业树立独特的品牌形象,从而在众多竞争对手中脱颖而出。在同一行业中,产品和服务的同质化现象往往比较严重。企业通过宣传,可以强调自身产品的独特卖点、企业的文化价值观以及优质的客户服务等方面,使消费者能够清晰地识别出本企业与其他企业的差异。例如,在智能手机市场,众多品牌在功能上有很多相似之处,但苹果公司通过长期的宣传,将自己的品牌形象定位为高端、创新、注重用户体验,从而吸引了大量忠实的消费者。

2. 石油化工企业宣传现状

2.1 公司宣传重点内容

石油化工企业的宣传重点内容具有多方面的特点。

一方面,产品相关的宣传是核心内容之一。石油化工企业生产多种复杂的产品,从基础的石油产品如汽油、柴油,到各类化工原料和塑料制品等。在宣传这些产品时,会着重强调产品的质量指标。例如,对于汽油产品,会详细介绍其辛烷值、清洁度等指标,以体现产品的优质性。同时,也会宣传产品的适用范围,像某些特殊的化工原料适用于高端电子材料的生产等。

另一方面,企业的技术实力也是重点宣传内容。石油化工行业是技术密集型行业,企业在勘探、开采、炼制以及化工合成等各个环节都依赖于先进的技术。企业会宣传自己在研发新型开采技术以提高石油采收率方面的成果,或者在化工生产过程中采用的环保型、高效能的生产工艺。例如,某石油化工企业宣传其自主研发的一种新型催化剂,能够提高

化工反应的效率并且减少污染物的排放。

2.2 现有宣传渠道及效果

石油化工企业目前的宣传渠道呈现多样化的特点,不同渠道有着不同的效果。

传统的宣传渠道方面,企业会通过参加行业展会来进行宣传。在展会上,企业可以设置大型的展位,展示自己的产品样本、技术成果以及企业形象宣传片等。这种方式能够直接面对行业内的专业人士、潜在客户和合作伙伴,对于提升企业在行业内的知名度和建立业务联系有着重要作用。例如,在中国国际石油化工大会这样的大型展会上,众多石油化工企业竞相展示自己的优势,吸引了国内外大量专业观众的关注。

企业还会利用传统媒体进行宣传,如在石油化工相关的专业杂志上刊登广告和技术文章。这些杂志的读者大多是行业内的从业人员、专家学者和企业决策者,广告能够精准地触达目标受众。而技术文章则有助于提升企业在技术领域的权威性。然而,传统媒体的宣传效果在新媒体时代面临着一定的局限性,其传播速度相对较慢,受众范围相对较窄。

3. 新媒体时代带来的机遇与挑战

3.1 新媒体为宣传带来的机遇

新媒体为石油化工企业的宣传带来了诸多前所未有的机遇。

首先,新媒体提供了更广泛的受众覆盖。如前所述,新媒体的传播范围不受地域限制,这使得石油化工企业能够将宣传信息传递给全球范围内更广泛的受众。无论是石油化工产品的潜在客户、行业内的专业人士,还是普通大众,都有机会接触到企业的宣传内容。例如,通过国际知名的社交媒体平台,企业可以吸引国外的客户关注其高端化工产品,拓展国际市场份额。

其次,新媒体丰富了宣传形式。石油化工企业可以利用新媒体的多种形式进行宣传。除了传统的文字和图片宣传外,还可以制作生动的视频动画来介绍复杂的石油化工生产流程。比如,制作一个3D动画展示石油的勘探、开采到炼制的全过程,以更加直观、形象的方式向受众传递企业的生产实力和技术水平。同时,也可以通过虚拟现实(VR)或增强现实(AR)技术为用户提供身临其境的体验,如在企业的展示中心让参观者通过VR设备感受化工产品在不同场景下的应用。

再者,新媒体增强了宣传的互动性。石油化工企业可以通过新媒体平台与受众进行直接互动。例如,在企业的官方微博或抖音账号上发布有关新产品研发的话题,邀请用户参与讨论,提出自己的建议和需求。企业可以根据用户的反馈及时调整研发方向或改进产品特性,这种互动能够增强用户对企业的满意度和忠诚度,同时也有助于企业更好地把握市场需求。

3.2 传统宣传模式面临的挑战

在新媒体时代,传统宣传模式面临着一系列严峻的挑战。

在传播速度方面,传统宣传模式远远落后于新媒体。传统的宣传渠道如杂志、报纸等,其发行周期较长,从内容制作到最终到达受众手中需要较长的时间。而新媒体能够实现即时传播,企业的宣传信息可以在瞬间被发布出去。例如,

当石油化工企业有紧急的产品召回事件时,传统宣传模式无法及时将信息传达给消费者,而新媒体则可以迅速发布消息,减少可能的损失。

在传播范围上,传统宣传模式相对狭窄。传统媒体的受众群体往往受到地域、订阅群体等因素的限制。例如,一份石油化工专业杂志的发行范围可能主要集中在国内特定的行业圈子内,很难触达国外的潜在客户或更广泛的非行业人群。而新媒体可以跨越国界和行业界限,将信息传播到全球任何有网络接入的地方。

互动性也是传统宣传模式的短板。传统宣传模式大多是单向的传播,企业将信息传递给受众,很难得到受众的及时反馈。例如,企业在杂志上刊登了产品广告,无法直接了解读者看到广告后的反应。而新媒体平台上,用户可以随时对企业的宣传内容进行评论、点赞和转发,企业能够根据这些反馈迅速调整宣传策略。

4. 宣传策略创新建议

4.1 内容创新

内容创新对于石油化工企业在新媒体时代的宣传至关重要。

在产品宣传内容方面,要突破传统的参数介绍模式。除了基本的产品规格、性能指标等信息,应增加产品背后的故事性内容。例如,讲述一款石油化工新材料的研发历程,从最初的创意构思到克服重重困难最终成功研发的过程,让受众感受到产品的独特价值。同时,可以融入用户案例,展示产品在实际应用中的效果。比如,展示某新型塑料材料在汽车制造中的应用,如何提高汽车零部件的性能和美观度,使消费者能够更直观地了解产品的优势。

对于企业的技术宣传内容,不能仅仅局限于技术成果的罗列。可以采用科普式的宣传方式,将复杂的石油化工技术以通俗易懂的方式呈现给受众。例如,通过制作动画视频解释石油炼制过程中的催化裂化原理,将抽象的化学概念转化为生动的视觉形象。此外,还可以宣传技术的未来发展趋势以及对社会和环境的积极影响,如阐述某新型能源技术在应对全球气候变化中的潜在贡献。

4.2 渠道整合与拓展

石油化工企业需要对宣传渠道进行有效的整合与拓展。

在渠道整合方面,要将传统宣传渠道和新媒体宣传渠道有机结合起来。例如,在参加行业展会时,可以利用新媒体平台进行展会的预热和后续报道。在展前通过社交媒体发布企业展位的亮点、将展示的新产品等信息,吸引更多的观众到展位参观;展后通过新媒体发布展会的成果、与合作客户的合作意向等内容,扩大展会的影响力。同时,在传统媒体上发布的宣传内容也可以在新媒体平台上进行二次传播,如将专业杂志上的技术文章改编成适合新媒体传播的短文或视频,发布在企业的官方网站或社交媒体账号上。

渠道拓展方面,要积极开拓新兴的新媒体渠道。除了常见的微博、微信、抖音等平台,还可以关注一些新兴的垂直领域平台。例如,针对石油化工行业的专业知识分享平台,企业可以在上面开设账号,发布专业的技术见解、行业分析等内容,吸引行业内的专业人士关注,树立企业在行业内的专家形象。此外,随着短视频和直播的兴起,石油化工企业可以尝试开展直播活动,如直播企业的生产车间、研发实验室等,让受众近距离了解企业的生产和研发过程,增强对企业的信任感。

4.3 互动性增强

增强互动性是石油化工企业宣传策略创新的重要方向。

企业可以通过举办线上互动活动来提高与受众的互动性。例如,开展石油化工知识竞赛,设置一些有趣的问题,吸引用户参与答题。参与者有机会获得企业提供的奖品,如企业的特色产品或参观企业的机会等。这种活动不仅能够增加用户对石油化工知识的了解,还能吸引用户关注企业的官方账号,扩大企业的粉丝群体。

在社交媒体平台上,要积极回复用户的评论和私信。无论是关于产品的疑问、对企业宣传内容的建议还是其他任何反馈,企业都应该及时、认真地进行回复。这能够让用户感受到企业对他们重视,增强用户与企业之间的联系。例如,当用户在微博上询问某款石油产品的价格波动原因时,企业可以及时回复解释国际油价波动、市场供需关系等因素对产品价格的影响。

5. 创新策略实施保障

5.1 组织与人员保障

石油化工企业要实现宣传策略的创新,需要建立完善的组织与人员保障体系。

在组织架构方面,企业应设立专门的宣传部门或者在市场部部门中设立专门的宣传团队。这个部门或团队应具备明确的职能和权限,负责统筹企业的宣传工作,包括制定宣传计划、策划宣传活动、管理宣传渠道等。例如,宣传部门可以根据企业的年度战略目标,制定全年的宣传方案,确定不同阶段的宣传重点和目标受众。

在人员配置方面,需要招聘和培养具有专业技能的宣传人员。这些人员应具备多方面的能力,包括新媒体运营能力、内容创作能力、数据分析能力等。例如,新媒体运营人员要熟悉各种新媒体平台的规则和算法,能够熟练操作平台工具,对企业的官方账号进行有效的运营管理;内容创作人员要能够根据企业的宣传需求,创作出高质量、有吸引力的宣传内容,无论是文字、图片还是视频形式;数据分析人员则要能够对宣传数据进行收集、分析,为宣传策略的调整提供依据。

同时,企业还应建立内部的培训机制,定期对宣传人员进行培训,让他们不断更新知识和技能,跟上新媒体时代宣传工作的快速发展。例如,组织关于新媒体营销新趋势、视频制作技巧等方面的培训课程,提高宣传人员的综合素质。

5.2 资金与技术支持

充足的资金与先进的技术支持是石油化工企业宣传策略创新的重要保障。

在资金方面,企业需要为宣传工作投入足够的资金。这些资金将用于多个方面,如新媒体平台的推广费用、宣传内容的制作成本等。例如,在社交媒体平台上进行广告投放需要一定的资金投入,以提高企业宣传内容的曝光率;制作高质量的视频宣传资料,包括聘请专业的制作团队、购买拍摄设备等也需要资金支持。此外,开展线上线下的宣传活动,如举办直播活动、参加行业展会等也都需要资金来保障活动的顺利进行。

在技术支持方面,企业要跟上新媒体技术的发展步伐。一方面,要利用现有的成熟技术为宣传工作服务。例如,利用大数据技术进行目标受众的精准定位,从而提高宣传效果;利用视频编辑技术制作精美的宣传视频。另一方面,要关注新兴技术的发展趋势,及时将适合的新技术引入到宣传工作中。如随着5G技术的普及,企业可以探索利用5G技术进行高清直播宣传或者开展基于5G的虚拟现实宣传体验活动等。

结束语:

新媒体时代为石油化工企业宣传带来了新的发展空间与挑战。通过创新宣传策略,公司能更好地展示企业文化与实力,开拓市场,激发员工热情。企业需不断探索与实践,以适应新媒体发展趋势,提升宣传效果,推动企业持续发展。

【参考文献】

- [1] 吴晓莹. 邵建荣. 新媒体时代下国有企业宣传平台运营策略探析与思考[J]. 人民公交, 2023 (12): 78-83.
- [2] 姚玲. 建筑企业党建宣传在新媒体时代的策略与实践研究[J]. 办公室业务, 2023 (18): 119-121+133.
- [3] 薛花. 融媒体时代企业新闻宣传的策略与创新探究[J]. 新闻研究导刊, 2023, 14 (17): 147-149.
- [4] 杨振华. 新媒体背景下企业创新政工工作路径探究[J]. 现代营销 (经营版), 2020 (2): 19.