

Điều hành một buổi họp nội dung thành công



Phóng viên tại đài NTV ở Vinh, Nghệ An tiến hành một cuộc họp nội dung trong khoá đào tạo

Tạo ý tưởng nhờ khuyến khích nhân viên

Hầu hết các toà soạn tổ chức họp nội dung vào buổi sáng. Một số nơi tổ chức vài cuộc họp mỗi ngày. Những buổi họp này là khi các biên tập viên hoặc biên tập trực tin tổ chức các nguồn lực, đặt ra những yêu cầu, cung cấp một danh sách các nội dung sẽ được thực hiện và khuyến khích các ý tưởng từ phóng viên tham dự.

Nhật ký tin tức bao gồm các đề tài tin tức, lịch trình kế hoạch, những diễn biến tin tức của các đài khác và một những lưu ý trao lại từ ca trực trước nên được phát lúc này.

Nhật ký tin tức sẽ liệt kê các sự kiện trong lĩnh vực công cộng như các cuộc hội nghị.

Những nội dung kế hoạch chạy trước chương tình sẽ là về những tác phẩm báo chí nguyên gốc, chuyên sâu được sản xuất để nhằm đáp ứng như cầu khán giả của đài. Xin hãy tham khảo mô đun đào tạo có tựa đề “Phân biệt khán giả mục tiêu và những nhu cầu thông tin của họ”.

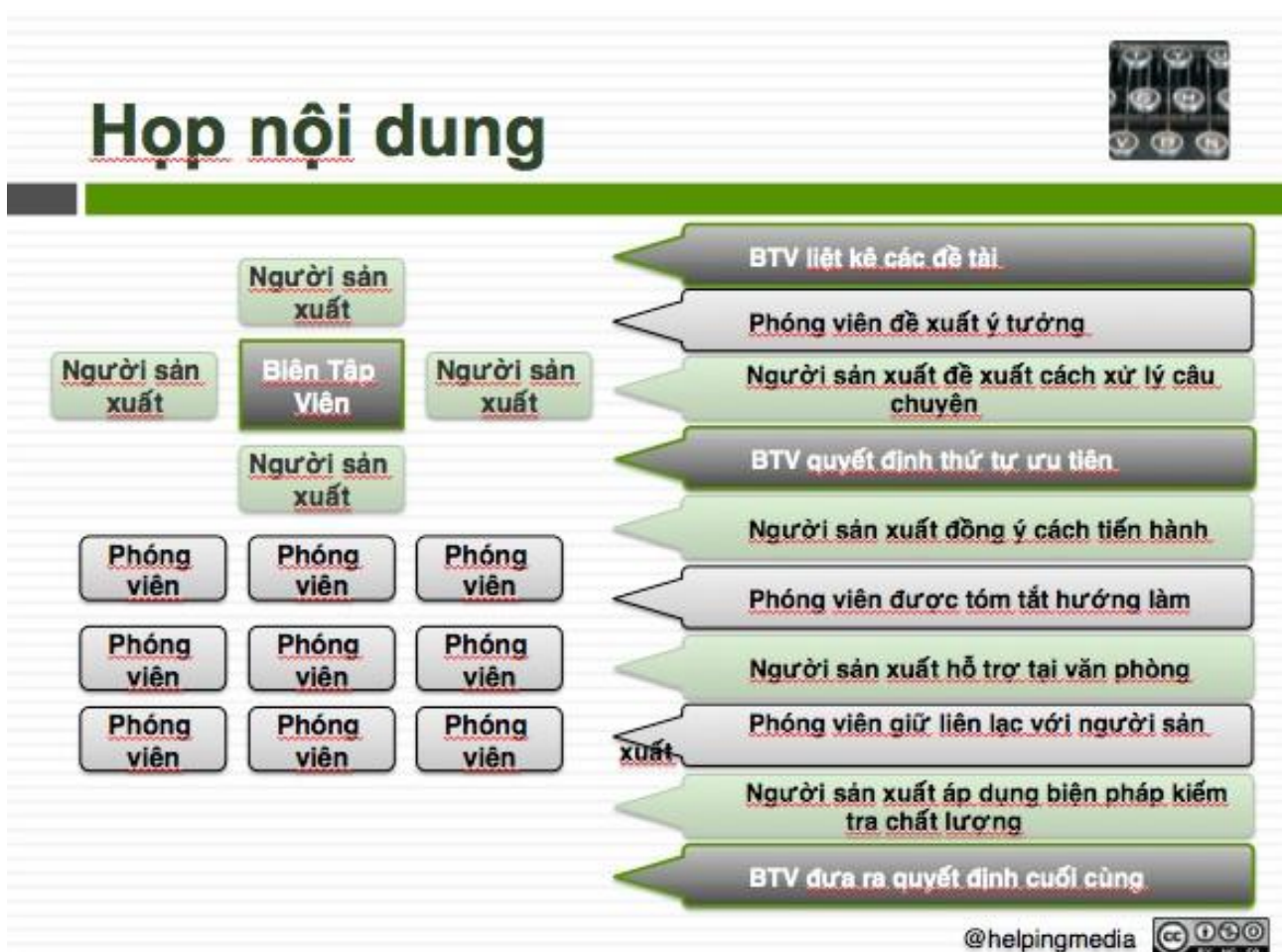
Trong một cơ quan truyền thông lớn, đại diện các bộ phận cần phải tham dự. Trong một cơ quan truyền thông nhỏ, có thể là hầu hết nhân viên cần tham gia.

Nếu cơ quan có website, một đại diện của nhóm tương tác cũng nên tham dự cùng với một người chịu trách nhiệm về truyền thông xã hội.

Đại diện của các phòng chuyên sâu như kinh tế, công nghệ, sức khỏe, môi trường, thể thao, vv... nên tham dự.

Các nhân viên chuyên sâu sẽ phải chuẩn bị cho cuộc họp bằng cách khai thác xung quanh các câu chuyện mà họ có thể thêm giá trị và thông tin. Người trực tin nên hỏi họ xem trong lĩnh vực họ phụ trách có gì đặc biệt để đưa.

Có ai đó trong nhóm thiết kế tham gia cuộc họp cũng khá quan trọng. Công việc của họ sẽ là tạo ra các biểu đồ để mô tả các câu chuyện. Lý tưởng nhất, thì các biểu đồ nên có phong cách thống nhất cho dù được phát sóng, in ấn hay xuất bản trực tuyến. Chúng có thể là những biểu đồ được thiết kế để giải thích một điểm hoặc có thể là những biểu đồ mang tính quảng bá để thu hút sự chú ý cho một tác phẩm.



Phân bổ nguồn lực

Những ghi chú, triển vọng và dự kiến tin để lại từ ca trực trước sẽ giúp người trực kế hoạch những nguồn lực nào sẽ cần sử dụng và kỳ vọng gì từ phóng viên. Hãy đọc mô đun đào tạo về đánh giá đề tài.

Thật vô nghĩa khi điều phóng viên bỏ công đi gọi điện lại và nghiên cứu những thứ mà một trong những người khác đã làm rồi.

Lôi kéo khán giả

Nhóm quản lý yếu tố tương tác của website như diễn đàn, thăm dò và UGC (nội dung người dùng tạo nên) đóng một vai trò quan trọng trong buổi họp buổi sáng.

Họ có thể lựa chọn phát biểu cuối cùng sau khi đã nghe tất cả các ý tưởng được trao đổi xung quanh.

Nhóm tương tác sắp đặt những cơ hội để khán giả tham gia và cũng đưa những phản hồi của khán giả trở lại với quy trình biên tập.

Ai cũng thích chạy các tính năng tương tác có thể nuôi các tin đề sau đó có thể quảng bá chéo các tin tức đó ở tất cả các nền tảng.

Cung cấp đa phương tiện

Tương tự, nhóm đa phương tiện sẽ có một đại diện trong buổi họp nội dung. Họ cần nghe những đề tài nào được sản xuất và đảm bảo rằng bất kể một phần âm thanh và hình ảnh mô tả những đề tài này sẽ sẵn sàng ở trực tuyến và trên di động.

Những người vào trang tin của các bạn có thể không sử dụng những nền tảng khác mà cơ quan bạn chuyên phát tin. Họ có thể không xem TV, đọc báo hay nghe phát thanh. Có thể tin tức bạn đưa lên một thiết bị cụ thể nào đó là đầu mối duy nhất họ biết về thương hiệu tin tức của bạn. Đó là lý do tại sao không được cho rằng họ đã biết tin này ở đâu đó rồi là rất quan trọng.

Bạn cũng có thể sẽ phải là hành động như là người đi dọn dẹp cho tất cả những tin được các cơ quan khác đưa. Khán giả của bạn sẽ mong bạn điếm một lượt qua hàng trăm đầu tin mỗi ngày và chọn ra khoảng 10-20 tin quan trọng nhất và đưa theo cách có ý nghĩa với cuộc sống của họ. Xin hãy tham khảo mô đun đào tạo có tựa đề “Ưu tiên nỗ lực sản xuất nhờ một bảng giá trị báo chí”.

Quản lý các cuộc họp nội dung năng suất

Hầu hết chúng ta đều đã tham dự những cuộc họp nội dung tẻ nhạt mà mọi người ngả ngón trên ghế, không có ý tưởng và không nói gì khi được kêu gọi đóng góp ý kiến. Trong những trường hợp như vậy, không có gì lạ là những tin tức được sản xuất trong không khí đó cũng tẻ nhạt và không hấp dẫn.

Nhưng cuộc họp nội dung có thể là thời điểm mà năng lượng, sự sáng tạo, trí tưởng tượng và những ý tưởng tuyệt vời có thể chảy vào quy trình sản xuất tin tức.

Trước tiên, bạn sẽ cần phải có một ý tưởng rõ ràng về kết quả bạn muốn nhưng bạn cũng cần khuyến khích sự tham gia của tất cả các nhân viên.

Không nên có chỗ trốn, không có vật tể thần và không thiên vị.

Cần có một cảm giác mà mỗi cuộc họp nội dung sẽ khám phá ra nhiều các ý tưởng đề tài tin tức trong hạng mục “nếu không có bạn thì thế giới sẽ không bao giờ biết đến”.

Nhân viên của bạn cần biết rằng nếu họ không có ý tưởng hay nào để đóng góp thì chẳng cần đi họp làm gì.

Dưới đây là 30 lời khuyên để tiến hành một cuộc họp nội dung khích lệ sẽ giúp đảm bảo một lượng bài đọc quyền đều đặn.

1: Sự lưu tâm: Họp đứng hay họp ngồi nghiêm chỉnh, không nằm ườn trên ghế.

2: Đúng giờ: Đúng giờ và bắt đầu đúng giờ kể cả không có đủ hết người.

3: Gấp gáp: Tạo ra một cảm giác gấp gáp và đặt ra khoảng thời gian cho buổi họp.

4: Nhịp độ: Giữ mọi thứ chuyển động và tránh sự im lặng bằng cách đưa vào các ý tưởng của chính bạn.

5: Tâm nhìn: Có một dàn ý về những gì bạn nghĩ tin tức của ngày trông sẽ như thế nào trước khi bạn bắt đầu cuộc họp.

6: Chuẩn bị: Khuyến khích nhân viên đọc trước (trên trang web/ấn bản của cơ qua và các đối thủ) trước cuộc họp. Họ không nên cố bắt kịp với những gì đã xảy ra trong cuộc họp nội dung.

7: Cảnh giác: Tất cả những người tham gia nên biết rõ cơ quan bạn và các đối thủ đang đưa gì và đã nghĩ những bước tiếp theo của đề tài và tìm được một số khía cạnh riêng để khai thác.

8: Kỳ vọng: Đảm bảo các nhân viên nhận ra rằng họ được trông đợi phải tìm kiếm tin tức, không phải là được phục sẵn như trên bàn ăn. Nếu bạn điều hành một cuộc họp giống như món súp gà, nhân viên được bón thìa và nhận được những tài liệu (thông cáo báo chí để viết lại), bạn sẽ làm giảm khả năng tự tìm ra những ý tưởng riêng của họ.

9: Sao nhãng: Cấm nhắn tin hay gọi điện (trừ phi họ làm việc đó là để phát triển một đề tài tin tức) trong cuộc họp. Những người tham dự nên tập trung hoàn toàn.

10: Kỷ luật: Không khuyến khích trao đổi riêng trong cuộc họp. Nếu ai có gì muốn nói, đảm bảo rằng họ nói với cả nhóm.

11: Cạnh tranh: Truyền dẫn một cảm giác cạnh tranh trong cuộc họp. Mọi người nên đấu tranh để ý tưởng của mình được chấp nhận.

12: Rõ ràng: Nói to và rõ, đừng lí nhí. Bạn cần đảm bảo bạn hiểu và những người đóng góp ý kiến cũng hiểu.

13: Hải hước: Hải hước đúng lúc mà không làm giảm sự nghiêm túc của nhiệm vụ được giao, Báo chí nên vui và nghiêm túc.

14: Thú vị: Đảm bảo rằng cuộc họp thú vị. Nó tạo tông cho một ngày. Cuộc họp nên khuyến khích nhân viên.

15: Sự tham gia : Tạo nên một không khí tham gia hơn là kiểu mọi người muốn trốn. Cách này có thể đạt được tốt nhất bằng cách hỏi mọi người phát triển tin như thế nào thay vì đọc danh sách các tin mà ai cũng đã đọc qua rồi.

16: Nhắc lại: Nếu có một đề tài quan trọng và phức tạp được thảo luận trong buổi họp, luôn nhắc lại những gì đã được thống nhất để mọi người hiểu rõ trước khi chuyển sang vấn đề khác.

17: Lập kế hoạch: Xem dự kiến tin trong ngày và nhật ký kế hoạch và in ra cho tất cả nhân viên. Đảm bảo người biên tập phụ trách kế hoạch chủ trì khi họ đọc những đề tài độc quyền sẽ làm cho ngày hôm đó. (Xin hãy tham khảo các mô đun đào tạo “Thiết lập một sự khác biệt thị trường” và “Lập kế hoạch chạy trước chương trình cho các tổ chức truyền thông để đảm bảo sử dụng các nguồn lực hiệu quả nhất”.

18: Nhận xét: Dành ra năm phút suy nghĩ xem bạn đáng lẽ có thể làm gì tốt hơn trong ca trực trước nhưng đảm bảo rằng những lỗi đó sẽ được sửa và các sản phẩm của bạn tiếp tục cải thiện.

19: Chúc mừng: Nhắc đến những điểm mà đội của bạn áp đảo tin tức của các đối thủ ngày hôm trước, cố chỉ ra tại sao và ăn mừng thành công. Vỗ tay khi những tác phẩm nguyên gốc đã chiến thắng.

20: Khen ngợi: Đảm bảo rằng bạn khen ngợi những gì làm tốt không chỉ phóng viên mà cả đội quay, phóng viên ảnh, người tổ chức sản xuất và biên tập. Tuyên dương họ là một cách khích lệ rất tuyệt vời.

21: Ghi nhận: Thể hiện rằng bạn hiểu những khó khăn về việc thu thập thông tin và những gì đội của bạn phải trải qua để thực hiện những đề trước. Hầu hết các biên tập viên đã từng làm việc ngoài hiện trường. Để nhân viên biết bạn thấu hiểu những vấn đề họ phải đối mặt khi làm việc là rất quan trọng.

22: Làm việc nhóm: Liên tục nhấn mạnh rằng đó là một nỗ lực tập thể và mọi người cần nhau. Nhắc đến chỗ nào có sự hợp tác tốt và giúp những người khác nhận ra rằng nhờ làm việc cùng nhau, chất lượng tác phẩm sẽ cải thiện.

23: Trách nhiệm: Khuyến khích chia sẻ trách nhiệm đối với tất cả các tác phẩm. Người giỏi nhất cũng như người yếu nhất trong đội. Ai cũng cần hỗ trợ người khác.

24: Tôn trọng: Không bao giờ phê bình một nhân viên trước mặt toàn bộ đồng nghiệp. Nếu bạn có vấn đề với ai đó, nói chuyện riêng sau đó. Tôn trọng vì có thể có những nhân tố mà bạn có thể không biết và nhớ dành thời gian tìm hiểu tại sao những vấn đề đó xảy ra. Xin

hãy tham khảo các mô đun đào tạo “Quản lý con người và đặt ra mục tiêu” và “Phát triển tiềm năng của nhân viên”.

25: Sửa lỗi: Bạn có một trách nhiệm theo dõi những lỗi lầm vì lợi ích của những người gây ra chúng và những người bị ảnh hưởng nhưng luôn chỉnh sửa sai lầm ở một cuộc họp riêng; cuộc họp nội dung không phải là thời điểm tốt nhất để xử lý những vấn đề như vậy.

26: Offline: Đừng phí thời gian với các cuộc trao đổi có thể xử lý sau cuộc họp. Làm rõ cái gì có thể thảo luận ở cuộc họp nội dung và cái gì nên trao đổi offline.

27: Tiếp tục: Sau cuộc họp nếu có nhân viên nào vẫn chưa hiểu, dành thời gian để nói chuyện tóm tắt cho từng người một. Một số người có thể thấy không thoải mái khi yêu cầu giải thích rõ trước mặt mọi người. Dành ra khoảng 15 phút sau cuộc họp cho những người cần giải thích thêm. Xin hãy tham khảo mô đun đào tạo có tựa đề “Tạo một hệ thống đánh giá đề tài” để có một số lời khuyên về việc làm thế nào để đảm bảo nhân viên biết họ phải làm gì.

28: Tính toàn diện: Khuyến khích sự tham gia, đón nhận các ý tưởng và đừng chế nhạo ý tưởng nào. Thường thì nhiều ý tưởng hay lúc đầu lại được trình bày khá tệ.

29: Sự quyết đoán: Đảm bảo rằng đưa ra các quyết định dứt khoát và chuyển sang đề tài mới. Có một chiếc bảng trình bày sẽ giúp cuộc họp tập trung và giúp nhấn mạnh những ý chính đã bàn.

30: Hoàn tất: Đừng kết thúc một cuộc họp với quá nhiều thứ dở dang. Nếu bạn làm như vậy, nhân viên sẽ bị rối. Khi rời cuộc họp, họ cần mừng rỡ được mục đích trong ngày. Tóm tắt ở cuối buổi với một dàn ý rõ ràng về việc bạn trông đợi tin tức trong ngày sẽ phát triển như thế nào. Và cảm ơn mọi người đã tham gia một cách thực tâm.