

国有企业宣传工作新媒体应用

吴静

(山西汾西宜兴煤业有限责任公司, 山西 孝义 032300)

【摘要】随着数字时代的快速发展,新媒体成为国有企业宣传工作重要渠道。新媒体的出现为国有企业提供了更广阔的宣传平台,实现了信息传递的全方位覆盖。通过新媒体的应用,国有企业能够与受众建立更紧密的连接,传递准确、实时、个性化的信息,提升企业形象、增加品牌影响力。本文结合实际,对国有企业宣传工作新媒体应用要点进行分析,希望能够给相关人员参考。

【关键词】国有企业; 宣传工作; 新媒体

引言

在当前数字时代,新媒体应用已经成为国有企业宣传工作中的一项重要策略。越来越多的国有企业意识到,通过新媒体的渠道和工具,能够更好地传递信息、建立品牌形象,并与受众进行互动。然而,尽管新媒体应用在国有企业宣传中具备巨大的潜力,但目前的研究在此领域仍存在许多不足之处。一方面,当前的研究缺乏对不同类型企业、不同行业 and 不同目标受众的新媒体策略的深入探讨和精细研究。因此,对于国有企业在新媒体上的内容创作、传播方式和用户互动等方面的具体指导仍有待进一步研究。另外一方面,现有研究在新媒体应用效果评估方面也存在一定的局限性。尽管一些研究探讨了新媒体应用对企业形象提升、品牌认知和用户参与度的影响,但在量化评估和客观指标方面仍有所欠缺。因此,对于新媒体应用与传播理论结合的研究仍需加强,以推动国有企业宣传工作在新媒体时代的有效实施。

一、新媒体优势

随着信息通信技术的快速发展,新媒体平台如微博、微信、视频网站等成为了企业宣传的重要渠道,下面对新媒体在国有企业宣传工作中优势分析。

(1) 随着数字科技的迅猛发展,新媒体平台已经成为国有企业宣传的重要渠道之一。通过社交媒体、视频网站、音频平台、移动应用等新媒体平台,国有企业能够与庞大的用户群体进行直接互动,有效地传递企业的宣传信息。这些新媒体平台每天都有大量的用户活跃,国有企业能够借助这些平台的用户基础,迅速吸引用户的关注和传播力量。与传统媒体相比,新媒体具有即时性和互动性的特点。传统媒体常常有时间和空间的限制,而新媒体平台则能够实现实时发布和互动交流。国有企业能够迅速发布新闻、产品资讯或市场动态,实时反馈用户的

疑问和反馈。这种互动性使得国有企业能够与用户建立更紧密的联系,增强用户对企业的认知和参与度,进而扩大传播范围和提升企业的品牌影响力。

(2) 新媒体平台实现了信息的个性化推送。利用用户画像和精确推送算法,新媒体平台能够根据用户的兴趣爱好、地理位置等多维度数据进行个性化推送。国有企业能够通过分析用户数据,精确定位目标受众,将宣传信息精准地推送给潜在客户和关键利益相关者。新媒体平台的个性化推送功能能够让国有企业的宣传信息更准确地传递给目标受众。通过收集用户的浏览记录、兴趣爱好等信息,新媒体平台能够对用户进行分析和分类,形成用户画像。在推送信息时,新媒体平台能够根据用户画像进行定向推送,将内容与用户的兴趣和需求相匹配,提高信息传递的效果。国有企业能够利用这一特点,将宣传信息精准地传递给潜在客户和关键利益相关者。通过分析用户的行为数据,国有企业能够洞察用户的需求和偏好,针对性地推送与其相关的宣传信息。这种个性化推送能够增加用户的关注度,提高用户对宣传内容的关注和互动程度,进而提升宣传效果。(3) 新媒体平台提供了互动与参与的机会。与传统宣传媒体相比,新媒体具有互动性强、双向传播的特点。国有企业能够通过发布话题、发起投票和答疑解惑等互动形式,与受众进行实时的交流和互动。这种互动性能够增强企业与公众的沟通和互动,提升企业品牌形象和信任度。(4) 新媒体平台提供了多样化的内容呈现形式。在新媒体平台上,国有企业能够通过图文、视频、直播等多种形式来展示宣传内容,丰富了传播手段,提高了内容的吸引力和用户体验。新媒体平台的多样化特点使得企业能够更好地传递信息,激发公众的兴趣,并形成更深层次的品牌印象^[1]。

二、国有企业宣传工作内容

（一）企业文化宣传

企业文化是国有企业的灵魂和精髓，它代表了企业的价值观念、理念和信仰，是企业员工的共同信奉的理念和道德规范。企业文化宣传是国有企业宣传的重要组成部分，在宣传中，企业将强调企业文化的核心精髓和特点，介绍企业文化的历史传承和核心志向，展示企业的文化内涵和特点，强调企业文化的应用和落实。通过企业文化的宣传，国有企业能够更好地展现自己的价值观和社会责任，树立企业的品牌形象，从而为企业的发展带来更好的支持和帮助。

（二）企业核心价值观宣传

企业核心价值观是国有企业的灵魂和驱动力，它代表了企业对社会的责任和承诺，反映了企业所追求的目标和行为准则。企业核心价值观的宣传在国有企业的宣传工作中占据着重要地位，企业将强调核心价值观的理念和精神，突出企业对员工、客户和社会的关注，强调企业的诚信、质量和创新等重要价值观念。通过核心价值观的宣传，国有企业能够树立起自身的品牌形象和企业信誉，提高公众对企业的认可度和信任度。同时，企业核心价值观的宣传也能够激励员工的工作热情和创新能力，形成共同的价值共识和行为规范，为企业的可持续发展奠定坚实的基础。

（三）企业思想宣传

企业思想宣传是国有企业宣传工作中的重要方面，它旨在传达企业的思想理念和价值观念，引导员工形成正确的思想观念，激发创新精神和工作热情。在企业思想宣传中，国有企业将强调企业的使命和愿景，传达企业对社会的责任和承诺。企业宣传将通过各种媒介和渠道，如内部刊物、会议讲话、内部培训等，宣传企业的发展战略和目标，传达企业的核心价值观和行为准则。通过企业思想宣传，国有企业能够凝聚员工的战斗力和凝聚力，推动员工的思想解放和创新意识，提高员工对企业事业的认同感和归属感。同时，企业思想宣传也能够为企业树立起良好的企业形象和声誉，增强企业的社会影响力和竞争力^[2]。

三、国有企业宣传工作新媒体应用要点

（一）将传承优良传统融入“互联网+”，焕发新活力

在国有企业的宣传工作中，新媒体具有重要的地位和作用。传承优良传统并融入“互联网+”时代，能够为国有企业注入新的活力和动力。一是国有企业能够借助互联网平台搭建官方网站和社交媒体账号，建立起企业品牌的线上形象。通过精心设计的页面布局和内容推送，重点强调企业的传统文化和价值观。

通过故事、照片和视频，向用户展示企业的历史传承和发展成就，传达企业的文化底蕴和核心精神。二是国有企业能够利用新媒体平台展示传统工艺和技术。通过发布高质量的视频、图片和文章，介绍传统工艺的制作过程和精湛技艺，展示国有企业在传统行业中的独特优势。同时，利用社交媒体平台开展线上展览、互动活动等，与用户进行互动，增加用户对传统工艺的了解和认同。三是国有企业能够通过线上培训和直播等方式，将优良传统与现代技术结合起来。通过邀请业内专家和老师传授传统技能和知识，提供在线学习资源。同时，能够开展直播活动，展示传统工艺的制作过程，吸引更多年轻人的参与和关注，激发他们对传统文化的兴趣。四是，国有企业还能够利用大数据和人工智能技术提升宣传效果。通过对用户数据的分析，了解受众的偏好和需求，精准推送内容，增强用户参与感和共鸣。同时，利用人工智能技术，开发智能客服机器人，提供在线咨询和服务，加强企业用户之间的互动和沟通^[3]。

（二）模式创新，以期满足员工需求

在国有企业宣传工作中，持续发力、重在需要、逐步完善、重在集成是关键策略。通过新媒体渠道，国有企业能够实现持续发力，有效传递信息，提升企业形象和影响力。

一是国有企业需要持续关注受众需求，精确把握受众喜好和关注点。通过大数据分析和用户调研，了解受众的兴趣、需求和反馈，从而及时调整宣传策略和内容。不断更新和优化宣传内容，保持与受众的紧密联系。二是国有企业在新媒体宣传中应逐步完善各类平台和工具。在新媒体时代，宣传渠道多样化，如微信公众号、微博、短视频平台等。国有企业能够根据自身特点和受众需求，选择适合的平台进行宣传，并充分利用各种功能和工具，如直播、小程序等，提升宣传的吸引力和互动性。三是国有企业需要集成各种资源和内容，形成统一的宣传形象和信息传递体系。宣传不能只停留在片面的介绍企业产品和业绩，而是要充分展示企业的文化、价值观和社会责任。通过整合企业各部门的资源和故事，紧密结合企业发展战略，打造出一体化的宣传内容，形成共同的品牌形象和口碑效应^[4]。

（三）明确定位，巧用媒介组合

在国有企业宣传工作中，主要媒体的重新定位是构建融合式媒介生产与“全媒体”平台的关键步骤。一是国有企业能够将传统的主流媒体重新定位为融合式媒介生产的重要平台。传统媒体如电视、广播和报纸仍然具有广泛的影响力和用户群体，但在数字时代，它们需要与新媒体相结合，通过创新的形式和内容吸

引年轻人的关注。在主要媒体的宣传中,国有企业能够融入互动性强、多媒体展示的元素,如二维码、视频连接等,提高用户参与度,并借助新媒体平台进行互动和社交分享。二是国有企业需要构建“全媒体”平台,整合传统媒体、新媒体和社交媒体等渠道,实现信息的无缝传递和互动。通过打破传统媒体与新媒体之间的壁垒,实现内容的融合和传播渠道的互通,国有企业能够形成全面展示企业形象和传递信息的“全媒体”阵地。这将有助于提高宣传的时间灵活性和更新速度,更好地适应用户的需求和社会变化。三是国有企业能够借助新媒体技术构建多样化的媒体形式和内容呈现方式。通过虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等技术,国有企业能够创新宣传方式,实现沉浸式的体验,让用户更加亲身地感受企业的文化和发展成果。同时,通过利用数据分析和人工智能技术,国有企业能够根据受众的偏好和行为,定制个性化的推送内容,提供更加精准、有针对性的宣传服务^[5]。

(四) 打造品牌,加强对外传播

在国有企业宣传工作中,明确新媒体宣传的定位是为了实现全媒体的整体覆盖。新媒体的定位是以互联网为基础,通过数字技术和平台,实现信息传递的多样性、互动性和个性化。通过明确新媒体宣传的目标和策略,国有企业能够全面覆盖受众群体,传递准确、有效且多元化的信息。一是国有企业应明确新媒体宣传的目标。目标包括提升企业形象、增加品牌影响力、推广产品和服务、培养用户忠诚度等。通过新媒体的平台和工具,国有企业能够根据不同的宣传目标制定相应的策略,并将其纳入整体的宣传规划。增加品牌影响力是国有企业宣传的重要目标之一,通过新媒体的传播渠道,国有企业能够迅速将品牌信息传递给广大受众,增加品牌的曝光度和知名度。国有企业能够通过精心打造品牌形象、定期发布与品牌相关的内容以及参与有影响力的线上活动,来吸引更多的目标受众关注,并逐渐增加品牌的影响力;推广产品和服务是国有企业宣传工作的重要任务,利用新媒体平台,国有企业能够通过发布产品介绍、使用案例、用户评价等形式,向潜在客户展示产品的特点和优势。国有企业能够通过视频、图片、文字等多种方式,将产品信息直观地呈现给目标受众,提高受众的购买欲望和信任度,从而有效推广产品和服务;培养用户忠诚度也是国有企业宣传工作中的一个重要目标,通过新媒体平台,国有企业能够与用户进行实时互动,回应用户的疑问和关注,建立良好的沟通和互动机制。同时,国有企业能够提供个性化的服务和定制化的推荐,通过关怀用户需求和关注用户体验,培养用户的

忠诚度和黏性,增加用户的复购率和推荐率。二是国有企业需要整合各类新媒体资源,实现全媒体的整体覆盖。这包括社交媒体、视频网站、音频平台、移动应用等多种渠道和工具。通过整合各类新媒体资源,国有企业能够将信息传递的范围扩大到不同的受众群体,实现全方位的覆盖。三是国有企业应重视内容创作和传播策略。内容创作需要根据不同媒体平台的特点和受众需求进行针对性的设计,注重情感共鸣、故事性和互动性。传播策略包括推送频率、定时发布、社交化传播等,通过合理的策略引发用户的关注、参与和分享,增加宣传效果。四是国有企业需要积极利用数据分析和人工智能技术,实现个性化宣传。通过对用户数据的分析,了解受众的兴趣、偏好和需求,能够精确推送符合用户喜好的内容。利用人工智能技术,国有企业能够开发智能客服机器人,提供在线咨询和服务,加强企业与用户之间的互动和沟通。

四、结语

在信息爆炸的时代,国有企业宣传工作的成功与否离不开新媒体的应用。新媒体为国有企业提供了一个更加开放、互动、个性化的宣传平台,使宣传工作更加灵活和创新。通过针对受众特点的定位、整合各类新媒体资源、精心制作内容和合理推送策略,国有企业能够实现全媒体的整体覆盖,提升宣传的效果和影响力。然而,在利用新媒体宣传的过程中,也需要充分注意信息的准确性和可信度,维护好企业的声誉和形象。只有不断学习和创新,紧跟新媒体发展的步伐,国有企业才能更好地应对挑战,实现宣传工作的长远发展。

参考文献:

- [1] 徐云华. 如何运用新媒体做好企业新闻宣传工作[J]. 现代国企研究, 2016, (04): 282.
- [2] 邱晓华. 新媒体环境下企业做好宣传工作的探索[J]. 石油政工研究, 2016, (03): 69-70.
- [3] 李婷. 基于新媒体时代的企业党建舆论宣传和引导研究[J]. 企业改革与管理, 2016, (08): 164.
- [4] 陆江. 运用网络新媒体构建企业思想工作新体系的实践初探[J]. 现代国企研究, 2016, (12): 260+262.
- [5] 邱晓华. 新媒体环境下企业做好宣传工作的探索[J]. 石油政工研究, 2016, (03): 69-70.

作者简介: 吴静, 1987年11月生, 女, 山西交口人, 2013年1月毕业于山西大同大学, 汉语言文学专业, 本科, 现为助理政工师。