

JUN 2023

BÁO CÁO

Hoạt động Truyền thông

VIBIZ.VN
Vietnam Business Monitor





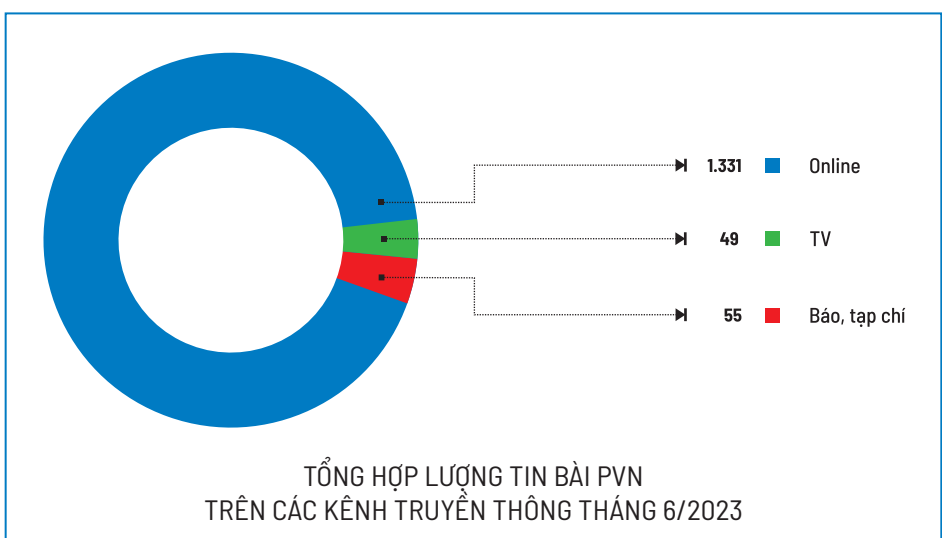
MỤC LỤC

I. THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU PETROVIETNAM	1
I.1. Hoạt động truyền thông PVN	1
II. PHẢN ÁNH CỦA THỊ TRƯỜNG VỚI THÔNG TIN THƯƠNG HIỆU TRÊN INTERNET	2
III. THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU CỦA MỘT SỐ ĐƠN VỊ CỦA PVN	3
III.1. Hoạt động truyền thông các đơn vị của PVN	3
III.2. Hoạt động truyền thông so sánh	4
III.2.1. Tìm kiếm thăm dò và khai thác	5
III.2.2. Ngành điện và năng lượng tái tạo	6
III.2.3. Công nghiệp khí	7
III.2.4. Chế biến dầu khí	8
III.2.5. Dịch vụ kỹ thuật dầu khí công nghệ cao	10
III.3. Top thông điệp tại các công ty	11
IV. ĐÁNH GIÁ CỦA CHUYÊN GIA VỀ NỘI DUNG VÀ HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG	12
IV.1. Tích cực	12
IV.2. Hạn chế	13
V. ĐÁNH GIÁ GIÁ TRỊ TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU THEO MÔ HÌNH CỦA VIBIZ	14
V.1. Đánh giá giá trị truyền thông theo kênh truyền thông	14
V.2. Đánh giá giá trị truyền thông theo chuyên mục	15
V.2.1. Về tin chứng khoán	16
V.2.2. Về tin hoạt động cộng đồng	17
VI. THÔNG TIN BỔ SUNG CÁC THUẬT NGỮ	18

I THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU PETROVIETNAM

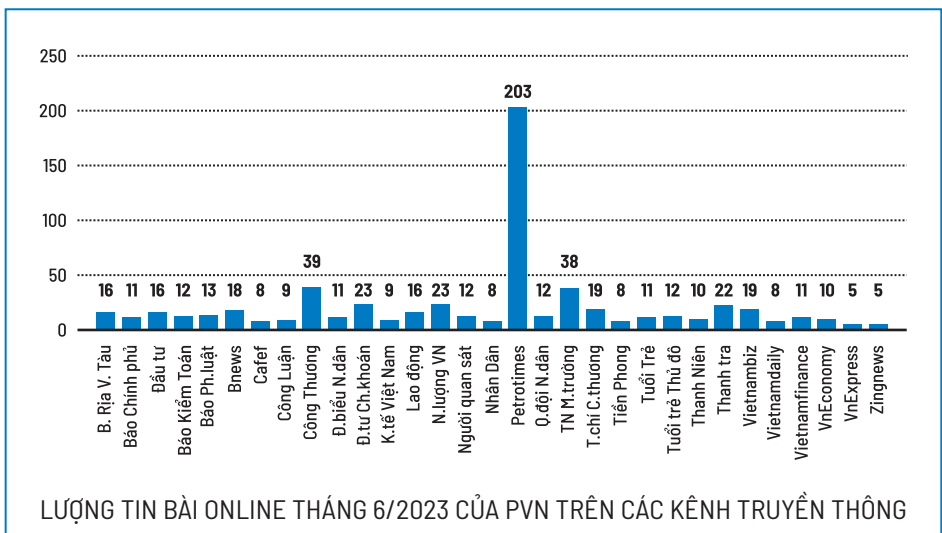
I.1. HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG PVN

Tính đến hết ngày 30/6/2023, lượng tin bài liên quan đến Tập đoàn Dầu khí Việt Nam có tổng cộng 1.435 tin bài. Trong đó, lượng tin bài Online (1.331 tin bài) vẫn chiếm đa số so với TV (49 tin bài) và báo, tạp chí (55 tin bài), tương đương hơn 92% số lượng tin tức.



Online

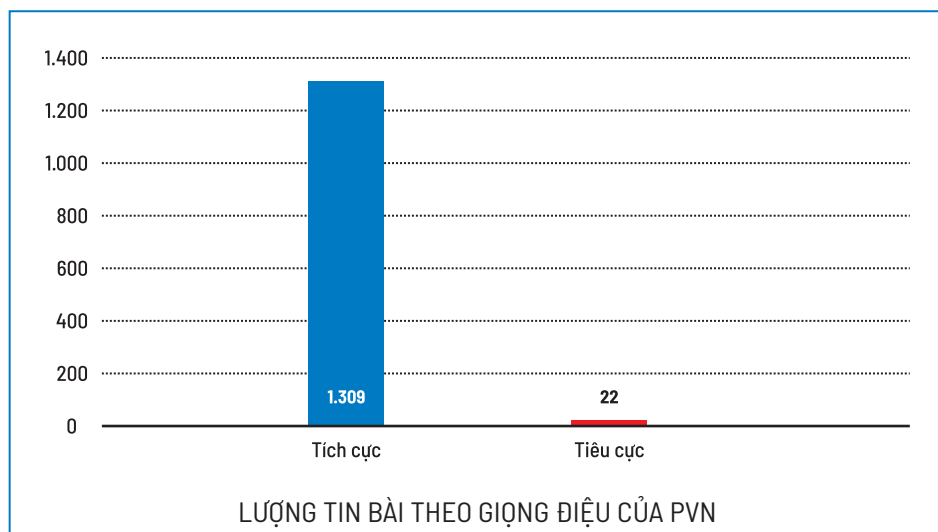
Lượng tin bài Online tháng 6 của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam có tổng cộng 1.331 tin bài. Tin bài được đăng nhiều nhất trên các trang PetroTimes (203 tin), Công Thương (39 tin), Tài nguyên Môi trường (38 tin).



**PHẢN ÁNH CỦA THỊ TRƯỜNG
VỚI THÔNG TIN THƯƠNG HIỆU TRÊN INTERNET**

Trong tháng 6/2023, PVN có tổng cộng 1.331 tin bài online, trong đó bao gồm 1.309 tin tích cực và 22 tin tiêu cực.

Lượng tin bài tiêu cực tháng 6 đã giảm đi đáng kể so với tháng trước. Tuy nhiên, Tập đoàn vẫn cần chú trọng hơn trong việc xử lý kịp thời, hạn chế tác động tâm lý, ảnh hưởng xấu từ những thông tin tiêu cực, trái chiều về ngành.



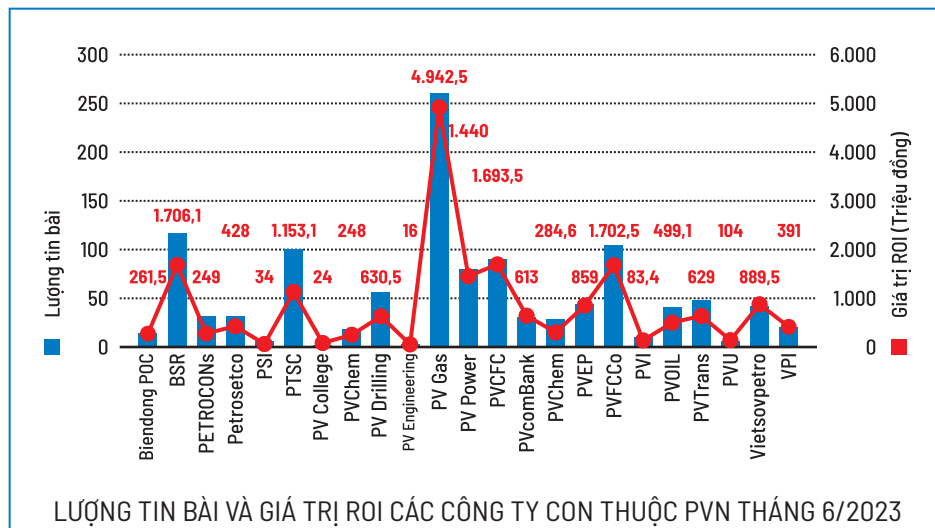


**THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU
CỦA MỘT SỐ ĐƠN VỊ CỦA PVN**

III.1. HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CÁC ĐƠN VỊ CỦA PVN

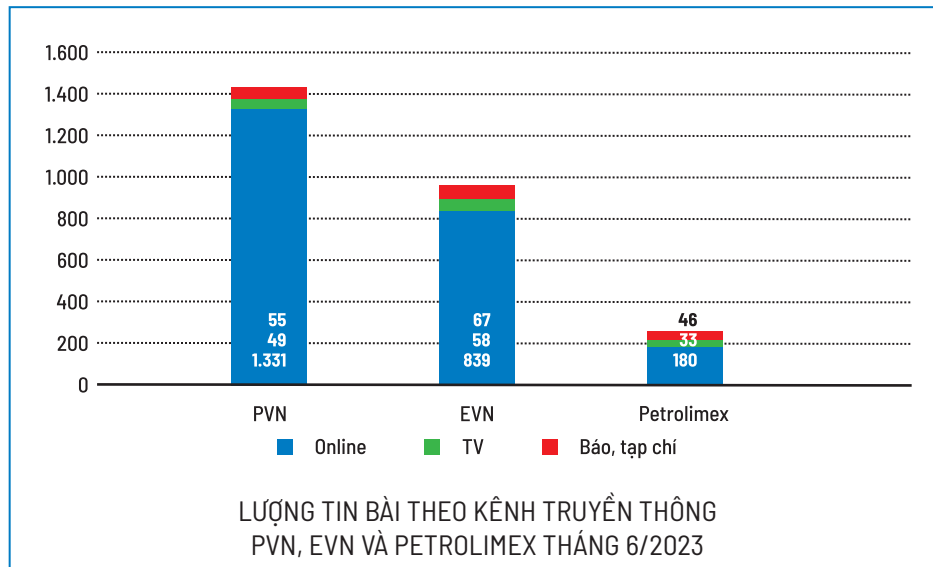
Trong số các công ty con trong Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (PVN), Tổng Công ty Khí Việt Nam (PV GAS) là đơn vị có lượng tin bài nhiều nhất (260 tin bài), tiếp đến là Công ty Cổ phần Lọc hóa dầu Bình Sơn (BSR) với 116 tin bài và đứng vị trí thứ ba là Tổng Công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí (PVFCCo) với số lượng là 103 tin bài.

Giá trị ROI của PV GAS cao nhất đạt 4,942 tỷ đồng, tiếp theo sau là BSR đạt 1,706 tỷ đồng rồi đến PVFCCo đạt 1,702 tỷ đồng.



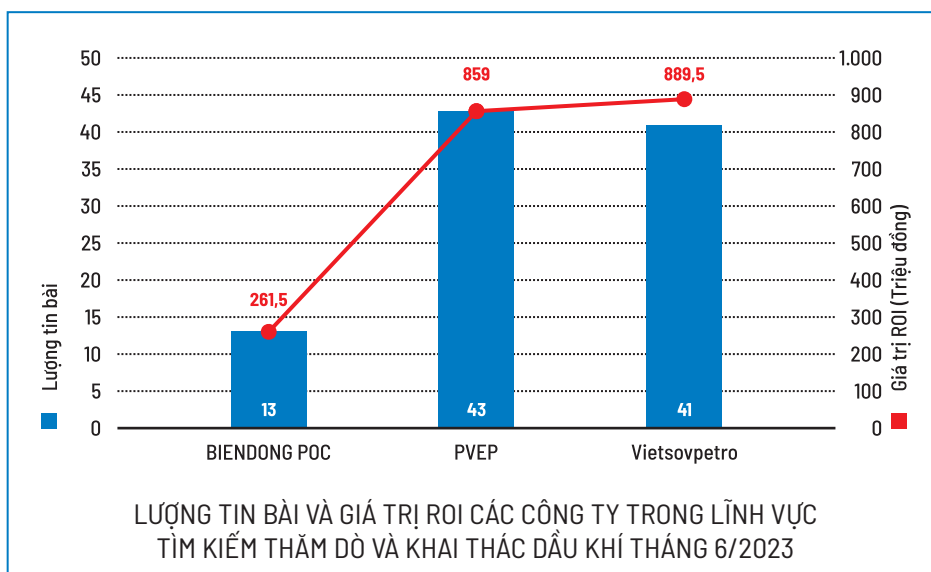
III.2. HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG SO SÁNH

Trong tháng 6/2023, PVN có lượng tin bài nhiều nhất với 1.435 tin. Đứng thứ hai là EVN với 964 tin, cuối cùng là Petrolimex với 259 tin. Cả 3 đơn vị đều có lượng tin bài xuất hiện trên tất cả các phương tiện truyền thông (Báo, tạp chí, TV, online). Tuy nhiên lượng tin bài chủ yếu là trên kênh Online.



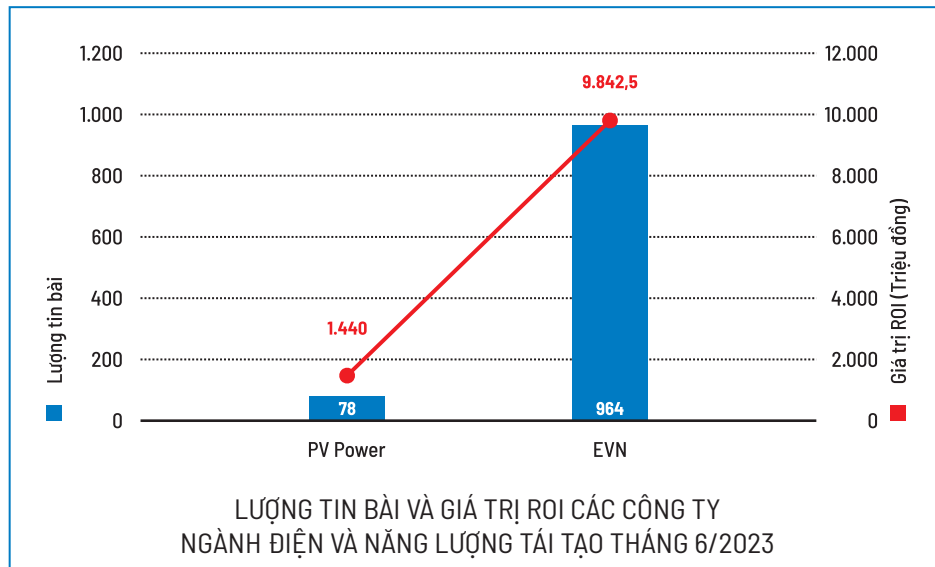
III.2.1. Tìm kiếm thăm dò và khai thác

Trong lĩnh vực tìm kiếm thăm dò và khai thác, Vietsovpetro là đơn vị có hoạt động truyền thông tích cực nhất với 41 lượt tin bài đạt giá trị ROI là 889,5 triệu đồng. Đứng thứ hai là PVEP (43 tin bài) đạt giá trị ROI là 859 triệu đồng và cuối cùng là BIENDONG POC (13 tin bài) đạt giá trị ROI là 261,5 triệu đồng.



III.2.2. Ngành điện và năng lượng tái tạo

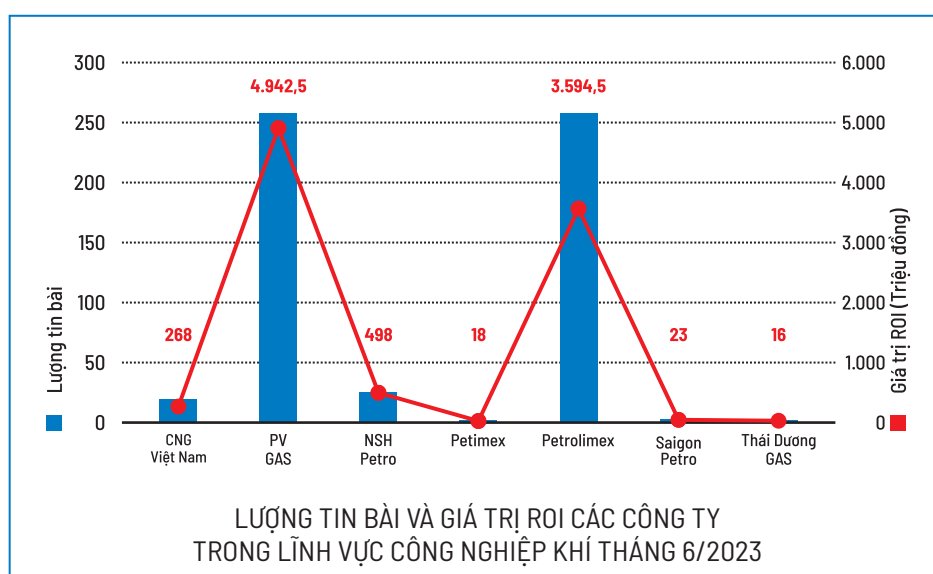
Trong ngành điện và năng lượng tái tạo, Tập đoàn Điện lực Việt Nam (EVN) có hoạt động truyền thông khá mạnh với tổng 964 tin bài, Tổng Công ty Điện lực Dầu khí Việt Nam (PV Power) có 78 tin bài. Giá trị truyền thông của EVN khá cao với mức giá trị ROI đạt 9.842,5 triệu đồng, cao hơn hẳn PV Power với mức giá trị ROI là 1.440 triệu đồng.



III.2.3. Công nghiệp khí

Trong lĩnh vực công nghiệp khí lượng tin bài của PV GAS là cao nhất (260 tin), đứng thứ hai là Petrolimex (259 tin). Các công ty còn lại có lượng tin bài ít hơn đáng kể như NSH Petro (26 tin), CNG Việt Nam (19 tin), Saigon Petro (3 tin), Thái Dương Gas (2 tin),...

PV GAS là đơn vị có giá trị truyền thông cao nhất với ROI đạt 4.942,5 triệu đồng. Đứng thứ hai là Petrolimex với giá trị ROI đạt 3.594,5 triệu đồng. NSH Petro đứng thứ ba với giá trị ROI đạt 498 triệu đồng.



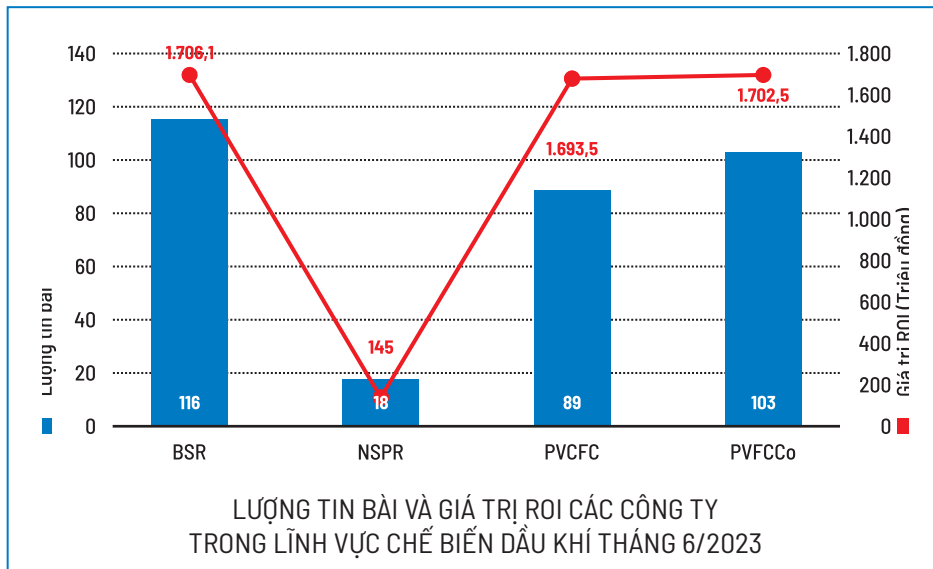
Trong tháng 6, tin bài của Petrolimex nổi bật với tin bài Petrolimex nằm trong danh sách “50 công ty niêm yết tốt nhất năm 2023” do Forbes Việt Nam bình chọn và Petrolimex đạt mục tiêu tăng 42% lợi nhuận năm 2023. Bên cạnh đó, Petrolimex còn tổ chức hàng loạt các hoạt động ý nghĩa như hành trình “Giọt Xăng hồng - Giọt Dầu đỏ”; hỗ trợ 500 triệu đồng xây nhà nhân đạo tại thành phố Thái Nguyên; hỗ trợ 2 tỷ đồng xây dựng nhà đại đoàn kết tại Ninh Bình,... thông qua đó giúp thương hiệu Petrolimex được lan tỏa mạnh mẽ tới cộng đồng.

Tin bài tháng 6 của PV GAS có sự đa dạng về thể loại tin bài, trong đó nổi bật là các tin bài PV GAS khẳng định vị thế tiên phong trong lĩnh vực kinh doanh LNG; PV GAS 11 năm liên tiếp lọt danh sách “50 công ty niêm yết tốt nhất” của Forbes Việt Nam; PV GAS cán mốc kế hoạch 6 tháng đầu năm thu hút nhiều trang báo chí đưa tin đem lại hiệu quả truyền thông cao cho đơn vị.

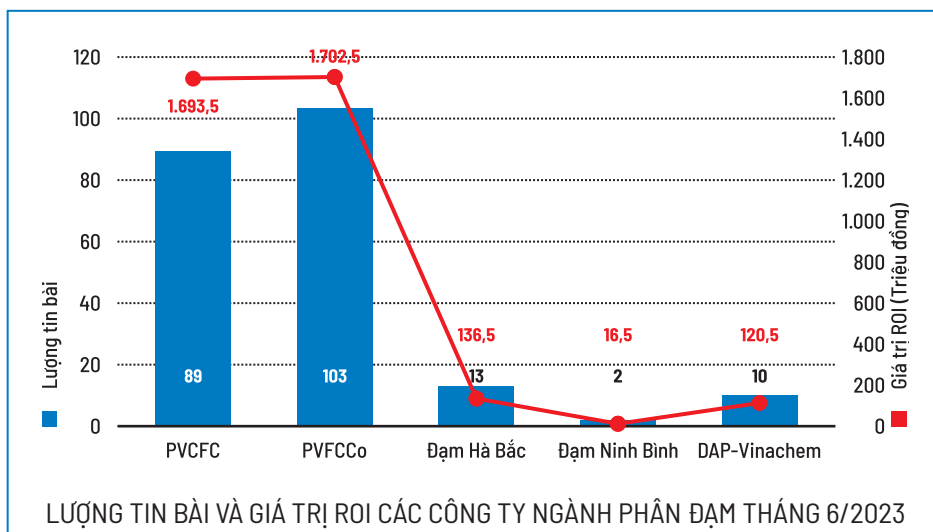
Bên cạnh hoạt động sản xuất kinh doanh, PV GAS còn chủ động phối hợp cùng các đơn vị tổ chức các phong trào thể dục thể thao, văn hóa văn nghệ tạo được sự lan tỏa và tạo nên những làn sóng hưởng ứng sôi nổi tới mọi tầng lớp cán bộ công nhân viên (CBCNV). Điển hình một số hoạt động nổi bật như cuộc thi ảnh “Nét đẹp Công đoàn và Người lao động PV GAS”; hội diễn nghệ thuật quần chúng PV GAS; chương trình giao lưu nghệ thuật “Vinh quang Tổ quốc Việt Nam”; giải chạy PMC RUN - Step by Step; giải bóng bàn KVT - KĐN - DVK năm 2023,... Thông qua các hoạt động đó, PV GAS đã giúp cho CBCNV xây dựng thói quen vận động mới tăng cường sức khỏe, giảm áp lực trong công việc, từ đó có thêm năng lượng tích cực, tinh thần sảng khoái, công tác hiệu quả và hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao.

III.2.4. Chế biến dầu khí

Đối với lĩnh vực chế biến dầu khí, BSR là đơn vị có hoạt động truyền thông tích cực nhất với 116 tin bài đạt giá trị ROI là 1.706,1 triệu đồng. Đứng thứ hai là PVFCCo (103 tin bài) đạt giá trị ROI là 1.702,5 triệu đồng và tiếp đến là PVCFC (89 tin bài) đạt giá trị ROI là 1.693,5 triệu đồng.



Trong lĩnh vực chế biến dầu khí, khi so sánh các đơn vị trong ngành phân đạm, PVFCCo có hoạt động truyền thông nổi trội với giá trị ROI đạt 1.702,5 triệu đồng. Đứng thứ hai là PVCFC đạt giá trị ROI là 1.693,5 triệu đồng. Đứng thứ ba là Đạm Hà Bắc với giá trị ROI đạt 136,5 triệu đồng.



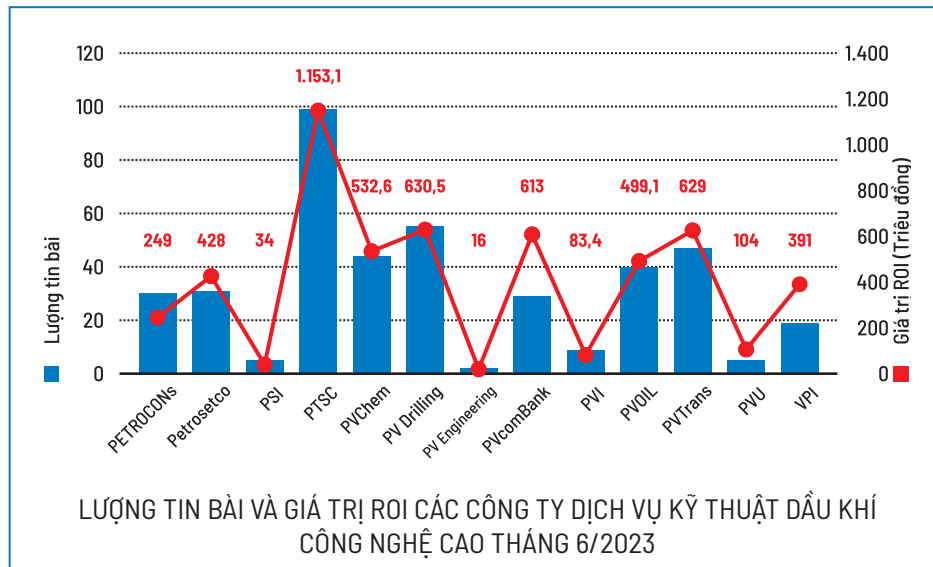
Trong tháng 6/2023, tin bài PVFCCo lọt vào “Top 50 công ty niêm yết tốt nhất năm 2023” do Tạp chí Forbes Việt Nam công bố được đăng tải trên nhiều trang báo chí lớn, một lần nữa khẳng định PVFCCo giữ vững vị thế thương hiệu hàng đầu của mình. Thêm vào đó, PVFCCo còn được vinh danh trong “Top 50 doanh nghiệp phát triển bền vững tiêu biểu 2023”. Thông qua danh hiệu này góp phần khẳng định PVFCCo là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh phân bón, hóa chất với mục tiêu tăng trưởng trong chiến lược phát triển luôn được gắn kết với mục tiêu đồng hành cùng với sự phát triển bền vững của ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn.

Ngoài ra, PVFCCo còn có hàng loạt các tin bài nổi bật khác như hội thảo tổng kết “Mô hình cánh đồng mẫu lớn 50 ha sản xuất lúa chất lượng cao sử dụng phân bón NPK Phú Mỹ”; PVFCCo tổ chức thành công phiên họp Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2023,... thu hút được đông đảo khán giả quan tâm đem lại hiệu quả truyền thông vô cùng tốt cho đơn vị.

Trong tháng 6, tin bài của PVCFC nổi bật với các hoạt động như Phân bón Cà Mau vượt khó khăn nhờ chính sách kinh doanh linh hoạt; Phân bón Cà Mau đặt mục tiêu năm 2023 lãi 1.458 tỷ đồng, chia cổ tức năm 2022 với tỷ lệ 30%; PVCFC tham gia diễn đàn doanh nghiệp VBCWE và nhận chứng nhận bình đẳng giới GEARS; PVCFC tại trợ giải bóng bàn tranh Cúp Petrovietnam - PVCFC năm 2023,... được đăng tải trên nhiều trang báo chí uy tín, giúp thương hiệu PVCFC được lan tỏa mạnh mẽ đến với cộng đồng.

III.2.5. Dịch vụ kỹ thuật dầu khí công nghệ cao

Trong lĩnh vực dịch vụ kỹ thuật dầu khí công nghệ cao, PTSC là đơn vị có hoạt động truyền thông nổi bật nhất với 99 tin bài đạt giá trị ROI là 1.153,1 triệu đồng. Đứng thứ hai là PV Drilling với 55 tin bài đạt giá trị ROI là 630,5 triệu đồng. Tiếp sau đó là PVTrans với 47 tin bài đạt giá trị ROI là 629 triệu đồng.



III.3. TOP THÔNG ĐIỆP TẠI CÁC CÔNG TY

THÔNG ĐIỆP	Giọng điệu	BSR	PTSC	Petrosetco	PV Drilling	PV GAS	PVOIL	PVFCCo	PVCFC	PV Trans	PV Power	PV Chem	PETROCONS	PVEP	Vietsovpetro
Công ty chủ động trong hoạt động cộng đồng	+	10	5	4	2	43	1	4	8	3	3	0	0	5	9
Công ty tài trợ các chương trình từ thiện	+	4	0	0	1	5	0	3	3	0	3	0	0	0	0
Tin chứng khoán	+	14	41	2	20	24	8	8	1	10	8	0	8	1	0
	-	3	1	0	0	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Công ty có nền tảng tài chính ổn định	+	19	8	9	10	17	4	28	11	8	15	1	4	8	0
	-	4	0	0	0	3	1	2	2	0	2	0	0	0	0
Sản phẩm / dịch vụ của công ty có uy tín tốt trên thị trường	+	17	9	3	6	24	5	13	9	5	6	2	1	2	1
Sản phẩm / dịch vụ của công ty có chất lượng tốt	+	19	11	5	4	20	3	8	7	3	4	2	3	3	1
Công ty có quy trình làm việc chặt chẽ	+	15	7	1	5	13	7	6	4	2	5	1	0	0	2
Là công ty dẫn đầu trong lĩnh vực chuyên ngành	+	12	8	1	2	16	4	10	3	2	3	1	1	1	2
Công ty có tình hình kinh doanh phát triển	+	15	7	5	6	13	2	17	9	7	11	0	2	4	0

(+): Tích cực / (-): Tiêu cực

IV

**ĐÁNH GIÁ CỦA CHUYÊN GIA
VỀ NỘI DUNG VÀ HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG****IV.1. TÍCH CỰC**

Trong tháng 6/2023, hoạt động truyền thông tại Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (Petrovietnam) được triển khai đồng bộ, sâu rộng, xuyên suốt và đạt kết quả đáng khích lệ.

Đối với hoạt động truyền thông công chúng, Petrovietnam đã phối hợp chặt chẽ với các cơ quan báo chí, truyền thông đăng tải các tin bài về truyền thống Ngành Dầu khí và Tập đoàn Dầu khí Việt Nam, về các mặt hoạt động sản xuất - kinh doanh của Tập đoàn, các đơn vị, đoàn thể và các tấm gương tập thể, cá nhân điển hình tiên tiến thuộc Tập đoàn,... một cách kịp thời và chính xác. Thông qua đó, góp phần xây dựng hình ảnh Petrovietnam không chỉ là trụ cột của nền kinh tế đất nước mà còn có vai trò quan trọng trong việc bảo đảm an ninh năng lượng, an ninh kinh tế và bảo vệ chủ quyền quốc gia trên biển.

Bên cạnh đó, Petrovietnam triển khai công tác truyền thông nội bộ gắn liền với xây dựng Văn hóa doanh nghiệp, từ đó làm tốt công tác tư tưởng, củng cố niềm tin của cán bộ, người lao động đối với Tập đoàn. Petrovietnam đã đẩy mạnh công tác truyền thông về xây dựng văn hóa doanh nghiệp với nhiều hình thức phong phú, triển khai linh hoạt như Tổ chức thi tìm hiểu, lễ mít tinh kỷ niệm, hội thảo, tọa đàm, đối thoại với người lao động, gặp mặt truyền thống, về nguồn, lễ hội truyền thống, tuần lễ văn hóa Dầu khí, các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể dục, thể thao, hội trại,... Một số chương trình điển hình có thể kể đến như Petrovietnam đồng hành cùng giải ảnh báo chí “Khoảnh khắc vàng” lần thứ 6; Petrovietnam tổ chức chương trình “Học kỳ xanh 2023”; Giải vô địch bóng bàn quốc gia lần thứ 41 tranh Cúp PetroVietnam - PVCFC năm 2023; Giải Bóng bàn KVT - KĐN - DVK năm 2023; Giải chạy PMC RUN - Step by Step do Công ty Quản lý Dự án Khí tổ chức; Hội thi karaoke “Tiếng hát PVMR” lần thứ I; PTSC tổ chức “Tuần lễ sách của người làm báo”; Hội diễn văn nghệ quần chúng PV GAS năm 2023; Vietsovpetro tổ chức “Ngày hội Gia đình Viesovpetro 2023”,... Thông qua các hoạt động đó, Petrovietnam đã truyền tải nét văn hóa truyền thống nghĩa tình, luôn là mái ấm gia đình của những người lao động Dầu khí. Từ đó, giúp cho giá trị thương hiệu của Petrovietnam ngày càng tăng cao, duy trì vị trí trong top thương hiệu giá trị nhất Việt Nam. Hình ảnh thương hiệu Petrovietnam để lại ấn tượng tốt đẹp với dư luận xã hội và các thế hệ người lao động Dầu khí.

Bên cạnh đó, hoạt động truyền thông và tái tạo văn hóa Petrovietnam được lồng ghép thực hiện gắn với các mục tiêu kế hoạch sản xuất kinh doanh và Chiến lược phát triển của Tập đoàn, thể hiện rõ tinh thần “Khát vọng - Trí tuệ - Chuyên nghiệp - Nghĩa tình” trong từng hoạt động. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh tích cực của các đơn vị trong Tập đoàn đã đem lại hiệu quả truyền thông vô cùng tốt. Các tin bài nổi bật như: PVN ước lãi trước thuế 21.700 tỷ đồng trong 5 tháng đầu năm; Doanh thu PVEP đạt hơn 16.000 tỷ đồng sau 5 tháng; PTSC ước đạt lợi nhuận trước thuế 400 tỷ đồng trong 6 tháng đầu năm, tăng 28% so với kế hoạch; Doanh thu 5 tháng của PV Power vượt 13.700 tỷ đồng; PVTrans ước lãi 488 tỷ đồng 6 tháng đầu năm; Phân bón Cà Mau chia cổ tức 30%; BSR đạt lợi nhuận kỷ lục 15.000 tỷ đồng năm 2022, trả cổ tức 7%,...

Ngoài ra, thông qua các hoạt động an sinh xã hội ý nghĩa, tạo dấu ấn riêng biệt cũng góp phần lan tỏa hình ảnh thương hiệu của Petrovietnam đến với cộng đồng. Các hoạt động nổi bật như: Petrovietnam trao tặng nhà Đại đoàn kết cho 20 hộ nghèo xã Đất Mũi, tỉnh Cà Mau; Petrovietnam tài trợ 10 tỷ đồng xây dựng nhà cho người nghèo tại Sóc Trăng; Petrovietnam trao tặng hệ thống trang thiết bị trị giá 3 tỷ đồng cho Trung tâm y tế huyện đảo Phú Quý, Bình Thuận; Petrovietnam phát động chương trình trồng cây xanh “Vì một Việt Nam xanh”; BSR phát động chiến dịch Thanh niên tình nguyện Hè năm 2023; PV GAS thăm quân dân quần đảo Trường Sa và Nhà giàn DK1; PVCFC trao 80 căn nhà tình nghĩa tại Bạc Liêu; PVFCCo trao tặng mái ấm tình thương cho hội viên phụ nữ có hoàn cảnh khó khăn tại xã Vạn Yên; PV Power tài trợ xây dựng Trường Tiểu học Hoàng Đạt - Hoàng Hóa...

IV.2. HẠN CHẾ

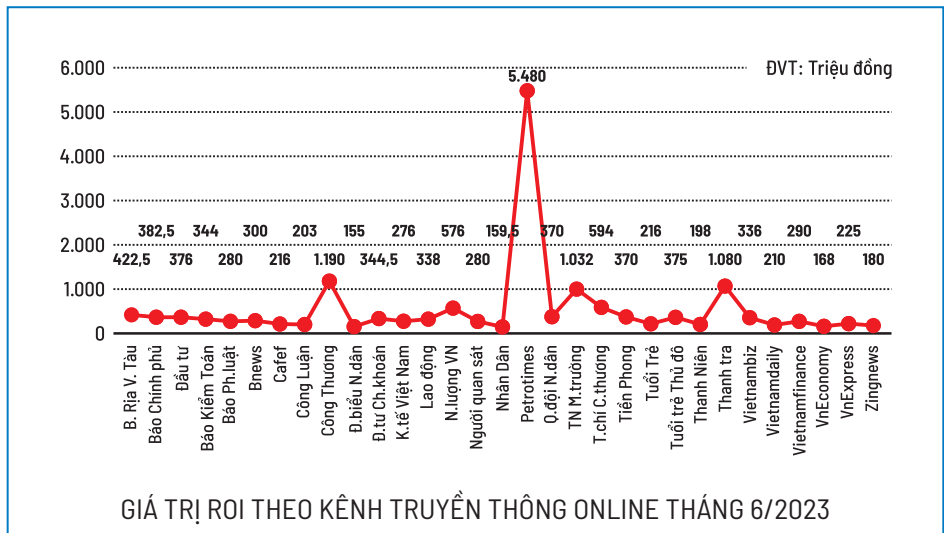
Lượng tin bài tiêu cực trong tháng 6 có sự sụt giảm so với tháng trước, tuy nhiên vẫn còn tồn tại một số tin bài tiêu cực điển hình về việc nhiều dự án nguồn điện lớn tại Petrovietnam chậm tiến độ như Nhiệt điện Long Phú 1 đầu tư dở dang, không rõ tiến độ hoàn thành do tổng thầu Nga Power Machine dừng toàn bộ thi công. Các dự án chuẩn bị đầu tư như nhiệt điện Nhơn Trạch 3 và 3, miền Trung 1 và 2 đều mịt mờ ngày triển khai; CTCP kinh doanh LPG Việt Nam với bức tranh tài chính xám xịt; Nợ quá hạn khiến BSR chưa thể chuyển sàn; Cựu nhân viên Ngân hàng PVcomBank lừa đảo 8,5 tỷ đồng rồi bỏ trốn làm ảnh hưởng xấu đến hoạt động truyền thông của Tập đoàn.

Do đó, Petrovietnam cần duy trì rà soát, phát hiện sớm thông tin bất lợi, tác động xấu đến hình ảnh, uy tín, hoạt động của Tập đoàn. Các đơn vị chủ động phối hợp với cả hệ thống xử lý khi có sự cố, khủng hoảng truyền thông, kiện toàn và nâng cao hiệu quả hoạt động nắm bắt tư tưởng của hệ thống dư luận xã hội để đưa ra các giải pháp phù hợp.

V ĐÁNH GIÁ GIÁ TRỊ TRUYỀN THÔNG THƯƠNG HIỆU THEO MÔ HÌNH CỦA VIBIZ

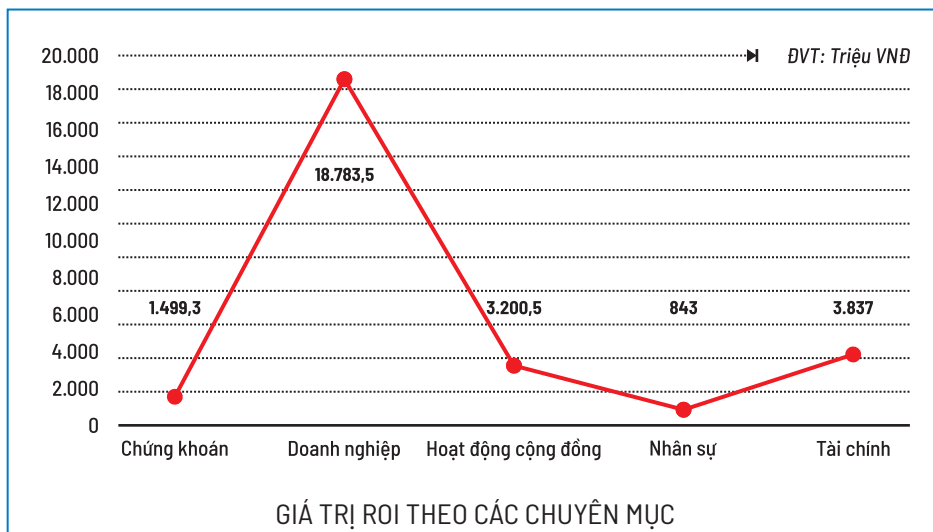
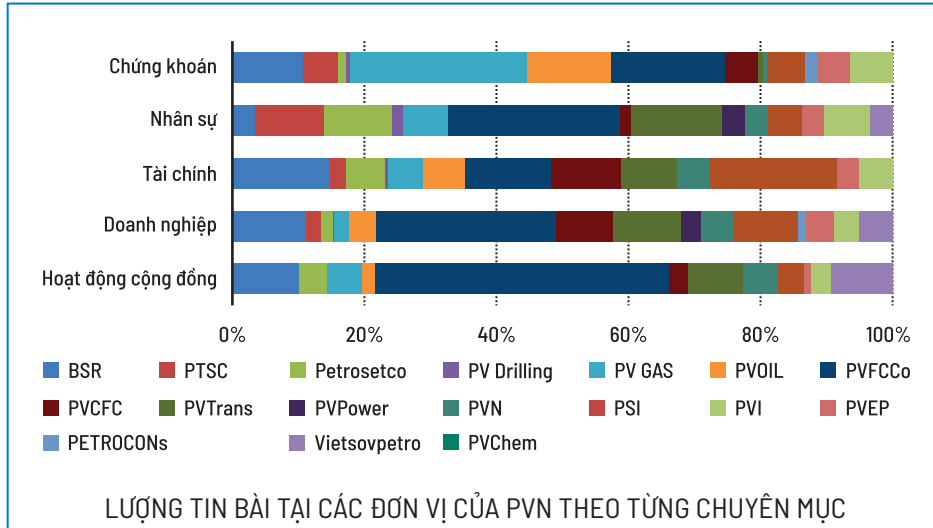
V.1. ĐÁNH GIÁ GIÁ TRỊ TRUYỀN THÔNG THEO KÊNH TRUYỀN THÔNG

Trong tháng 6, lượng tin bài của PVN được phân bố đa dạng trên nhiều kênh truyền thông. Trong đó, trang PetroTimes là trang tin đạt được hiệu quả truyền thông theo kênh Online lớn nhất với giá trị ROI đạt 5.480 triệu đồng, tiếp đến là báo Công Thương với giá trị ROI đạt 1.190 triệu đồng và báo Thanh tra đạt 1.080 triệu đồng.



V.2. ĐÁNH GIÁ GIÁ TRỊ TRUYỀN THÔNG THEO CHUYÊN MỤC

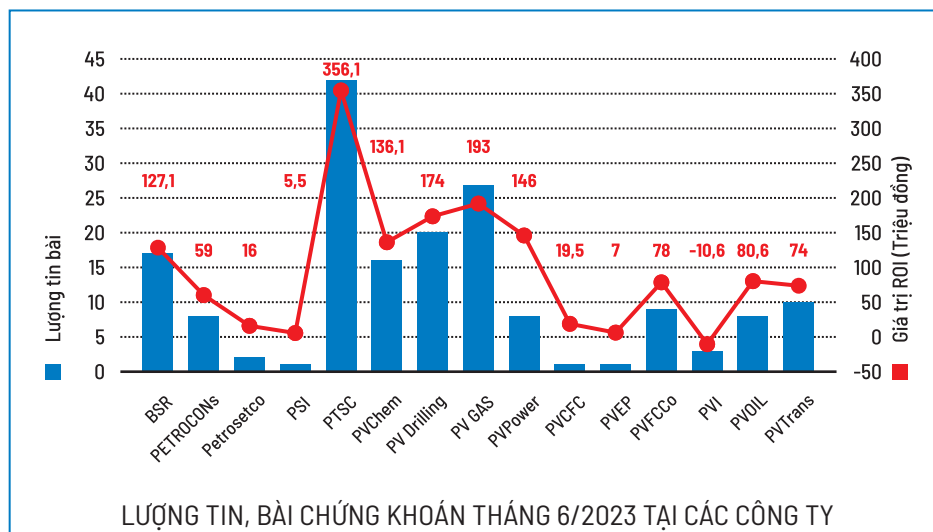
Trong tháng 6, lượng tin bài về các đơn vị của PVN vẫn chủ yếu là tin tức về thông tin doanh nghiệp, tiếp đến là tin tức về tài chính, sau đó là hoạt động cộng đồng và chứng khoán.



V.2.1. Về tin chứng khoán

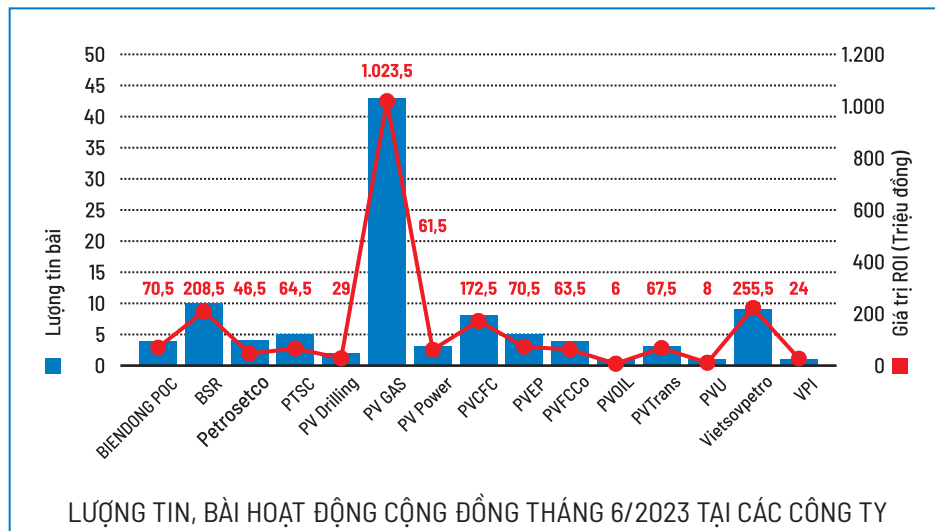
Trước dự báo lạc quan về ngành dầu khí thế giới và khu vực trong năm 2023, cổ phiếu ngành dầu khí được đánh giá sẽ có tiềm năng hồi phục mạnh mẽ từ năm 2023. Bên cạnh đó, những thông tin tích cực trong thời gian gần đây đến từ tình hình triển khai các dự án trọng điểm trong nước, điển hình như đại dự án Lô B - Ô Môn đã tiếp tục giúp cổ phiếu dầu khí thu hút dòng tiền tìm đến. Các công ty dầu khí được hưởng lợi nhiều nhất từ dự án Lô B - Ô Môn bao gồm PV GAS, PTSC, PV Drilling, PVChem, PV Coating, PVC-MS.

Với những triển vọng trên, trong tháng 6/2023, cổ phiếu PVS của Tổng Công ty Cổ phần Dịch vụ Kỹ thuật Dầu khí Việt Nam đã được đề cập trong 42 tin bài tích cực đạt giá trị truyền thông cao nhất với ROI là 356,1 triệu đồng. Đứng thứ hai, cổ phiếu GAS của Tổng Công ty Khí Việt Nam đã được đề cập với 27 tin bài, đạt hiệu quả truyền thông với giá trị ROI là 193 triệu đồng. Đứng thứ ba là cổ phiếu PVD của Tổng Công ty Cổ phần Khoan và Dịch vụ Khoan Dầu khí đạt giá trị ROI là 174 triệu đồng với 20 tin bài.



V.2.2. Về tin hoạt động cộng đồng

Trong tháng 6, các tin tức về hoạt động cộng đồng chủ yếu là tin tức của PV GAS (43 tin) đạt giá trị ROI là 1.023,5 triệu đồng, tiếp đến là Vietsovpetro (9 tin) đạt giá trị ROI 225,5 triệu đồng và BSR (10 tin) đạt giá trị ROI là 208,5 triệu đồng.



VI

THÔNG TIN BỔ SUNG CÁC THUẬT NGỮ

Giá trị hiệu quả đầu tư (ROI):

Thể hiện hiệu quả đầu tư của bài viết hay giá trị PR đạt được. Thông số ROI tính toán một cách chi tiết các yếu tố tạo nên chất lượng và giá trị của bài viết. Do vậy, ROI là thông số có khả năng thể hiện tổng quan hiệu quả đầu tư của bài viết. Giá trị hiệu quả đầu tư được tính bằng đơn vị tiền mặt.

Điểm Giọng Điệu (hay mức độ ưu ái):

Thể hiện chất lượng của bài viết, mức độ nổi bật và tạo ấn tượng của thương hiệu trong bài, giọng điệu phóng viên dành cho công ty/thương hiệu. Thông số này có đơn vị là Điểm, một bài viết đạt điểm tối ưu là 500 điểm, trung bình là 100 điểm và thấp nhất là -500 điểm (bài viết có điểm tiêu cực là -5).

Không gian truyền thông:

Dùng để thay thế cho từ “tổng giao diện bài viết” trên kênh in ấn và “tổng thời lượng tin” trên kênh truyền hình. Không gian truyền thông không áp dụng cho tin bài trên kênh Online.

Lượng tin bài:

Số lượng tin đề cập tới công ty hoặc thương hiệu. Tin bài có thể đơn vị trực tiếp đi hoặc được đề cập qua các bài viết của phóng viên.

Giọng điệu:

Xác định tính tích cực hay tiêu cực của bài viết đối với thương hiệu. Giọng điệu có 6 mức: -5, -3, -1, 1, 3, 5.



 Freepik / Pressfoto

BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG

THÁNG 6/2023