

短视频在企业新媒体传播矩阵中的应用研究

游文静 青岛五环房屋装潢工程公司

新媒体的高速发展为企业新闻宣传工作提供了更多可能性,借助微信、微博、H5、抖音等平台,企业实现了自主的新闻传播管理,在新闻采编、发布、传播和互动方面具备了媒体属性。新闻宣传是国有企业政工人员的重要职责之一,在新媒体传播环境下,打造全媒体传播矩阵,将当下最主流的短视频新闻传播融入企业新媒体传播矩阵中,是打造国企传播高地、提升传播影响力、构建强力品牌的重要手段。本文通过深入研究企业新媒体传播矩阵的特点和功能,充分挖掘实践经验,探索短视频新闻传播在企业新媒体传播中的优化策略。

一、企业新媒体传播矩阵的特征

企业新媒体传播矩阵是一个综合性的传播策略和内容分发渠道,利用多种新媒体渠道和平台,以协同和互补的方式,构建出一个全方位、多角度、立体化的信息传播网络。企业新媒体传播矩阵不仅覆盖了传统的新媒体平台,如企业网站、社交媒体、新闻发布等,也包括一些新兴的技术和媒体形式。综合来看,企业新媒体传播矩阵具备以下主要特征:一是企业新媒体传播矩阵强调整合性和协同性。在矩阵中,各种传播渠道并不是孤立存在的,而是通过合理的策略规划和技术手段,实现信息的共享、互通和互补,这种整合性和协同性不仅可以提高传播效率,还可以增强信息的传播效果,使企业在激烈的市场竞争中占据有利地位。二是企业新媒体传播矩阵强调用户参与和互动。新媒体的本质特征之

一是互动性强,用户不仅可以接收信息,还可以参与其中,表达自己的观点和情感,因此,企业新媒体传播矩阵的构建需要充分考虑用户的参与和互动需求,通过提供丰富的内容和多样的互动形式,吸引用户的关注和参与,增强用户对企业的认同感和忠诚度。三是企业新媒体传播矩阵强调数据的驱动和优化。在数字化时代,数据成为企业决策的重要依据,通过对新媒体传播矩阵中各种渠道和平台的数据进行收集、分析和挖掘,企业可以了解用户的需求和行为习惯,优化传播策略和内容形式,提高传播效果和转化率。

二、围绕国企主业提升新闻内容质量

构建企业新媒体传播矩阵,短视频的质量不容忽视,这也是企业传播赖以生存的底线。企业首先要明确短视频新闻的目标和定位,明确的目标和定位可以帮助企业更好地规划短视频新闻的内容和形式,这也是企业管理和思想政治工作的基本策略之一,对企业的软实力提升具有十分重要的价值。

内容是质量的根本,从选题策划到文稿撰写,再到短视频拍摄和后期剪辑、包装、发布,都需要企业政工人员具备良好的创作水平和技术能力,才能让内容核心发挥积极的作用,实现短视频新闻内容的深度、广度和原创性,具体的内容策略包括:选取热门、有价值的话题,确保新闻时效性;采用高质量的画面和音效,增强视觉和听觉效果;加入深入的背景分析和专家解读,提升新闻的深

度和广度;注重原创性,避免简单的复制粘贴,展现企业的独特视角。

全员参与丰富企业视频资料库。为了提升企业新媒体传播矩阵的短视频内容质量,企业应该发动全员搜集素材,拍摄与生产、经营、服务等有关的短视频素材,通过内部系统分享,对优质的作品可以纳入企业新闻宣传的数据库,用于企业宣传片、新闻片制作等项目中,这些素材普遍来自员工中间,既写实又生动,是可贵的新闻宣传素材,也是企业文化建设中宝贵的历史资料。在这个过程中,企业应该加强员工的短视频创意和拍摄能力的提升。

数据驱动优化是短视频传播的内在逻辑,也是国有企业政工人员开展新闻传播的重要手段。企业应充分利用短视频平台的数据分析能力,优化传播策略,通过对短视频的播放量、点赞数、评论数等数据进行收集和分析,完成数字化传播中十分核心的“用户画像”,了解用户的需求和偏好,从而调整短视频新闻的内容和形式,提高传播效果和转化率。借助大数据分析手段,还能了解不特定时期的传播热点,能够为企业短视频新闻采编工作提供新的线索,紧密联系国家和社会的热点,助力企业信息成为关注核心,提升企业的外在品牌形象。

三、多元化策略提升短视频传播的价值

随着互联网的快速发展和智能手机的普及,短视频已经成为一种备受欢迎的內容形式,它以其独特的魅力吸引着越来越

多的用户,成为企业进行新媒体传播的重要渠道,为了充分发挥短视频新闻传播在企业新媒体传播矩阵中的潜力,企业应提高对短视频传播的重视程度,并采取一系列创新应用策略。

企业应认识到短视频新闻传播的价值,短视频具有传播速度快、内容直观、互动性强的特点,可以迅速吸引用户的注意力,相比于图文传播,短视频新闻具有更强的感染力和表达效果。尤其是抖音、快手等平台的发展,吸引了海量用户和流量,成为企业新媒体传播的必选路径,通过短视频新闻传播,企业可以更加生动形象地展示品牌形象、产品特点和企业文化,增强用户对企业的认知和信任。

企业应加强短视频内容的创新。短视频的特点是简短精悍和内容高度凝练,企业在制作短视频新闻时,应注重内容的精炼和质量的提升,符合短视频传播的基本规律。运营人员通过选取新闻热点、讲述品牌故事、展示产品优势等方式,创作出有趣、有料、有用的短视频内容,取长补短,重塑企业传播的内容优势,吸引用户的关注和参与,让企业新媒体传播矩阵具有更强的品牌影响力。

企业应重视短视频新闻传播的互动,加强与受众之间的交流沟通,并实时调整传播内容和战略方向,比如在短视频中设置话题讨论、投票调查、用户提问等环节,鼓励用户发表自己的观点和意见,增加用户的参与感和黏性。同时,企业还可以及时回复用户的评论和反馈,建立良好的用户关系,提升品牌形象。

国企政工人员工作能力提升的策略分析

周妍 青岛市海润自来水集团有限公司营业分公司

国有企业政工工作是推动企业健康发展的重要保障,其核心是通过思想政治教育、文化建设和组织协调,提升员工的凝聚力和向心力,同时为企业发展营造稳定和谐的环境。然而,随着市场经济深化改革和企业管理现代化进程加快,政工工作面临新的挑战,要求政工人员不断提升自身能力。本文结合工作实践,从理论水平、实践技能等方面深入探讨国企政工人员工作能力提升的路径。

强化理论学习,夯实政治思想基础。政工工作具有鲜明的政治性,应深入学习马克思主义理论和党的最新政策,须以马克思主义理论作为思想武器,并与企业实际相结合,坚持学习党的二十大精神、习近平新时代中国特色社会主义思想等内容,

并将其转化为日常工作的行动指南;国有企业与国家政策紧密相连,政工人员需密切关注国家宏观经济政策和行业发展动向,例如碳中和、数字经济等议题,根据政策变化和企业实际调整工作思路,并将这些内容融入到员工思想教育和企业文化建设中。除政治理论外,政工人员还应补充企业经营、战略管理和法律法规方面的知识,形成“复合型知识结构”,实现思想政治工作与企业业务发展的深度融合。

提升实践能力,增强问题解决能力。理论的价值体现在实践中,国企政工人员需要具备把抽象理论转化为员工可理解、可接受思想教育的能力,开展接地气的思想政治工作,比如通过案例分享、主题党日等活动形式,将党的路线方针政策与员工的日常生活

联系起来,使员工感受到思想政治工作的温度;政工人员需要在企业运行中主动观察和分析问题,尤其在国企改革过程中,可能出现部分员工的思想波动甚至抵触心理,政工人员需通过调查问卷、一对一谈话等方式了解员工心理动态,及时化解矛盾,增强员工的信任感和归属感;同时,信息化是提升政工工作效率的重要途径,国企应通过企业内部网络平台开设“学习专栏”,利用大数据分析员工思想动态或组织在线培训等方式,提高工作覆盖面和精准性。

注重个人素养的提升,增强感染力和影响力。沟通与宣讲是政工工作中的重要环节,政工人员应注重提升演讲能力和书面表达能力,确保思想传递逻辑清晰、生动有趣,并根据受众特点调整语言风格,面对一线员

工时强调通俗易懂,面对管理层时注重条理性与深度。作为企业的“稳定器”,政工人员时常面对复杂局面,如劳动争议、突发事件等,既要着重增强心理素质和情绪管理能力,也要在继承中创新,避免形式化和刻板化,复杂的工作内容要求政工人员具备较强的心理承受能力,能在压力下冷静应对。

综上所述,国有企业政工人员在提升工作能力的过程中,应始终坚持理论学习与实践并重,个人素养与组织协同相结合的原则。同时要紧扣企业实际需求,不断探索创新模式,增强思想政治工作的实效性和吸引力。在全面深化改革的背景下,只有通过持续学习和不断实践,政工人员才能在企业发展中充分发挥“定盘星”和“黏合剂”的作用,为企业实现高质量发展贡献更大的力量。

国有企业打造特色文化的创新建议

徐文娟 青岛城发智慧城市服务运营管理有限公司

国有企业作为国家经济的重要支柱,不仅承担着经济效益的责任,更肩负着社会责任和文化遗产的使命,建设具有鲜明特色的企业文化,是国企实现可持续发展的重要保障。面对复杂的竞争环境,文化建设为国企高质量发展提供的软实力支撑,越来越成为企业发展的重要根基。本文通过深入分析价值理念创新、管理机制优化、员工参与机制等工作模式,希望能够为国有企业特色文化建设提供一些有价值的建议。

价值理念创新:构建与时代同行的核心文化。国企在文化建设中应注重价值理念的创新,将国家战略与企业使命有机结合,确保文化的时代性和独特性,比如结合新时代的高质量发展要求,强调“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念。具体来

说,一是要将爱国主义融入企业文化核心,强化员工对国家使命和企业责任的认同感,通过企业愿景、口号、内部宣贯,传递“为国效力、为民服务”的价值观;二是强调社会责任与企业责任融合,倡导“经济效益与社会效益并重”的文化理念,使企业文化具有鲜明的社会价值导向;三是创新企业的宣传方式,运用短视频、企业故事等生动形式,将企业文化理念转化为员工易于接受、理解的内容。

管理机制优化:确保文化理念的贯彻执行。国企的文化建设需要与管理机制深度融合,通过科学的管理手段推动文化落地,避免“空谈文化”。通过创建文化建设考核机制,将企业文化建设纳入考核体系,设置具体指标,如员工满意度、团队凝聚力等,确保文化建设与绩效挂钩;执行中应分层分类

推进,针对不同层级、部门设计差异化文化建设策略,生产一线侧重安全文化,管理层侧重创新文化。

员工参与机制:激发全员参与热情。国企文化的生命力在于员工的广泛参与和认同,政工部门通过创新员工参与机制,可以实现文化从“自上而下”到“全员共建”的转变,具体的办法包括:共创文化,通过员工座谈会、文化调研、案例征集等形式,让员工直接参与文化理念的设计与完善,增强归属感;文化活动创新,打造丰富多彩的企业文化活动,如主题沙龙、团队建设、公益活动等,将文化融入日常工作和生活。

技术与数字化融合:构建现代化文化传播体系。在数字化转型的大背景下,国企文化建设应充分利用技术手段,提升文化传播

的广度和深度,具体来说,一是要开发企业文化数字化平台:通过内部APP或在线平台,提供企业文化学习资源、互动交流空间,以及文化建设的动态更新;二是加强文化传播与新媒体融合,利用社交媒体、新媒体技术、互动传播理念等,打造沉浸式文化体验,提升员工对文化的感知力;三是借助大数据驱动文化管理,政工人员借助大数据来分析员工参与度、意见反馈等情况,及时优化文化建设策略,提高决策的精准性。

由此可见,国企特色文化建设需要统筹传统与现代、内部与外部,以文化为纽带助推企业发展,通过价值理念创新、管理机制优化、员工参与、数字化赋能和社会责任实践等多元化策略,国企可以打造出既符合时代要求,又具有强大凝聚力和竞争力的企业文化体系。