

ĐÍNH KÈM 4A: BIỂU MẪU LOẠI HÌNH TRUYỀN THÔNG

VÍ DỤ VỀ NPO TRẺ EM BIẾT ĐỌC

Hãy sử dụng biểu mẫu dưới đây để lựa chọn (các) loại hình truyền thông phù hợp nhất cho từng nhóm đối tượng. Các loại hình truyền thông tiềm năng anh/chị có thể cân nhắc lựa chọn bao gồm:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. Trực tiếp, gặp mặt | 7. Trang web của NPO |
| 2. Trực tiếp, qua điện thoại | 8. Blog |
| 3. Áp phích ở các địa điểm công cộng | 9. Các trang mạng xã hội |
| 4. Ấn phẩm quảng bá | 10. Tin nhắn |
| 5. Thư | 11. Bài trình bày tại các cuộc họp, hội thảo, hội nghị |
| 6. Thư điện tử | 12. Viết bài báo cho các tạp chí, báo hoặc các blog trực tuyến do các nhân khác đăng tải |

Hãy cân nhắc các cơ hội hợp tác với các NPO khác có chung sứ mệnh, để cùng đưa ra các thông điệp truyền thông. Bằng cách gộp chung ngân sách truyền thông, tổ chức có thể chi trả cho các hoạt động truyền thông thường xuyên hơn và truyền tải thông điệp của mình đến nhiều người hơn.

Chú ý: Biểu mẫu này dành cho 4 nhóm đối tượng. NPO của anh/chị có thể chỉ xác định hai nhóm đối tượng truyền thông chính (đối tượng thụ hưởng và nhà tài trợ), hoặc có thể có hơn 4 nhóm đối tượng chính. Nếu có hơn 4 nhóm đối tượng truyền thông, anh/chị có thể thêm vào bản sao của biểu mẫu này.

Nhóm đối tượng #1

Tên của Nhóm đối tượng:	Các đối tượng thụ hưởng—Gia đình những trẻ được học thêm.
1. Thông điệp truyền tải tới nhóm đối tượng này (theo Đính kèm 3)	• <i>Biết đọc là một kỹ năng quan trọng trong quá trình học tập cũng như trong cuộc sống. Thông qua việc học thêm và nhận sách từ chương trình của chúng tôi, con em của các gia đình sẽ biết đọc.</i> • <i>Trong chương trình dạy thêm của chúng tôi, các giáo viên giàu kinh nghiệm sẽ dạy kèm một thầy một trò cho các em, với thời gian và địa điểm thuận lợi cho gia đình.</i> • <i>Các gia đình tham gia vào chương trình dạy thêm của chúng tôi đã cho biết con em họ đã có những tiến bộ vượt bậc trong việc đọc. (Cung cấp nhận xét của các gia đình.) Những tiến bộ này</i>

	cũng được thể hiện qua điểm số của các em tham gia học trong kỳ kiểm tra đọc (cung cấp điểm kiểm tra). • Anh/chị có thể đăng ký cho con em mình tham gia học thêm bằng cách...
2. Nhóm đối tượng này nhận thông tin bằng cách nào?	• Thông điệp gửi từ nhà trường đến gia đình của trẻ • Áp phích tại trường học, cửa hàng, v.v
3. Các thành viên trong nhóm này sẽ chú ý nhất đến hoạt động truyền thông của anh/chị ở đâu và khi nào?	• Hầu hết các gia đình có thời gian làm việc và thời gian ở nhà. • Họ thường dành thời gian và sự chú ý nhiều nhất khi họ đang thực hiện các công việc nhà với con em họ như khi đi mua sắm.
4. Với câu trả lời của câu hỏi (2) và (3), loại hình truyền thông nào phù hợp nhất cho nhóm đối tượng này? (Xem danh sách phía trên)	• Ấn phẩm quảng bá thông tin được gửi từ nhà trường đến gia đình của trẻ. • Tờ rơi gắn trên bảng tin của trường và các cửa hàng trong khu vực.
5. Những tác động thực tế nào của các loại hình truyền thông này (chi phí, yêu cầu về công nghệ, v.v) thiết thực cho NPO sử dụng, và những tác động nào không thực tế do các hạn chế về tài chính và công nghệ?	Xây dựng tờ rơi và ấn phẩm quảng bá thông tin là thực tế đối với NPO của chúng tôi. Chúng tôi chỉ mất chi phí in ấn. Chúng tôi cần xin phép nhà trường để gửi ấn phẩm quảng bá đến gia đình của trẻ, và cần các cửa hàng cho phép dán tờ rơi.
6. (Các) Loại hình truyền thông NPO sẽ sử dụng để truyền tải thông điệp đến nhóm đối tượng này (cân nhắc câu trả lời của câu hỏi 4 và 5)	Loại hình truyền thông: • Ấn phẩm quảng bá thông tin gửi tới gia đình của trẻ • Dán tờ rơi ở các cửa hàng Tần suất: • Hai lần một năm, vào đầu học kỳ khi học sinh đăng ký học thêm.
	Nhân viên NPO chịu trách nhiệm cho hoạt động truyền thông này: Mai

Nhóm đối tượng #2

Tên của Nhóm đối tượng:	Các nhà tài trợ đóng góp tài chính cho NPO.
1. Thông điệp truyền tải tới nhóm đối tượng này (theo Đính kèm 3)	• <i>Biết đọc là một kỹ năng quan trọng trong quá trình học tập cũng như trong cuộc sống. Thông qua việc học thêm và nhận sách từ chương trình của chúng tôi, trẻ em trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh được học đọc.</i> • <i>Chúng tôi đã đạt được nhiều thành công, được thể hiện qua thành tích của các em học sinh trong các kỳ kiểm tra đọc.</i> • <i>Các khoản tài trợ của quý vị có vai trò vô cùng quan trọng đối với sự thành công của chương trình. Nhờ có sự hỗ trợ về tài chính của quý vị chúng tôi mới có thể đào tạo các giáo viên dạy thêm tình nguyện và tiếp cận với các gia đình.</i> <i>Quý vị có thể an tâm rằng các khoản tài trợ của quý vị sẽ mang lại lợi ích trực tiếp cho các em nhỏ trong cộng đồng.</i>
2. Nhóm đối tượng này nhận thông tin bằng cách nào?	• Internet (các trang web, các trang mạng xã hội và thư điện tử)
3. Các thành viên trong nhóm này sẽ chú ý nhất đến hoạt động truyền thông của anh/chị ở đâu và khi nào?	• Tại nhà, khi họ kiểm tra thư điện tử hoặc sử dụng các trang mạng xã hội.
4. Với câu trả lời của câu hỏi (2) và (3), loại hình truyền thông nào phù hợp nhất cho nhóm đối tượng này? (Xem danh sách phía trên)	Thư điện tử hướng dẫn các cá nhân truy cập vào trang web của chúng tôi để họ có thể đóng góp.
5. Những tác động thực tế nào của các loại hình truyền thông này (chi phí, yêu cầu về công nghệ, v.v) thiết thực cho NPO sử dụng, và những tác động nào không thực tế do các hạn chế về tài chính và công nghệ?	• Cần xây dựng danh sách người nhận thư điện tử • Cần xây dựng trang web (cần có sự hỗ trợ từ bên ngoài, tác động về ngân sách)
6. (Các) Loại hình truyền thông NPO sẽ sử dụng để truyền tải thông điệp đến nhóm đối tượng này (cân nhắc câu trả lời của câu hỏi 4 và 5)	Loại hình truyền thông #1: Thư điện tử
	Tần suất: Hai lần/năm
	Nhân viên NPO chịu trách nhiệm cho hoạt động truyền thông này: Hải Chịu trách nhiệm xây dựng và quản lý danh sách người nhận thư điện tử, gửi thư điện tử và theo dõi các phản hồi về thư điện tử
	Loại hình truyền thông #2: Trang web

	Tần suất: Xây dựng trong quý I năm 2014, cập nhật hàng quý
	Nhân viên NPO chịu trách nhiệm cho hoạt động truyền thông này: Linh Chịu trách nhiệm làm hợp đồng với đơn vị xây dựng trang web và cung cấp nội dung trang web. Chịu trách nhiệm cập nhật trang web hàng quý.

Nhóm đối tượng #3

Tên của Nhóm đối tượng:	<i>Các tình nguyện viên—Những cá nhân mong muốn trở thành giáo viên tình nguyện.</i>
1. Thông điệp truyền tải tới nhóm đối tượng này (theo Đính kèm 3)	• <i>Biết đọc là một kỹ năng quan trọng trong quá trình học tập cũng như trong cuộc sống. Thông qua việc học thêm và nhận sách từ chương trình của chúng tôi, trẻ em trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh được học đọc.</i> • <i>Với việc trở thành giáo viên dạy đọc tình nguyện, anh/chị đóng vai trò trực tiếp trong việc giúp trẻ em biết đọc, giúp các em có được con đường đúng đắn trong cuộc sống.</i> • <i>Trở thành tình nguyện viên, anh/chị được đào tạo kỹ lưỡng về cách dạy đọc cho trẻ. Anh/chị sẽ được một chuyên gia hỗ trợ trong quá trình dạy nếu cần. Sau khi được đào tạo, anh/chị chỉ cần cam kết dạy học 2 tiếng mỗi tuần, vào một ngày tùy anh/chị chọn.</i>
2. Nhóm đối tượng này nhận thông tin bằng cách nào?	1. Internet (các trang web, các trang mạng xã hội và thư điện tử) 2. Các báo địa phương
3. Các thành viên trong nhóm này sẽ chú ý nhất đến hoạt động truyền thông của anh/chị ở đâu và khi nào?	Tại nhà, khi họ kiểm tra thư điện tử hoặc sử dụng các trang mạng xã hội, hoặc đọc báo.
4. Với câu trả lời của câu hỏi (2) và (3), loại hình truyền thông nào phù hợp nhất cho nhóm đối tượng này? (Xem danh sách phía trên)	• Các thông báo trên báo địa phương • Thư điện tử • Trang web

5. Những tác động thực tế nào của các loại hình truyền thông này (chi phí, yêu cầu về công nghệ, v.v) thiết thực cho NPO sử dụng, và những tác động nào không thực tế do các hạn chế về tài chính và công nghệ?	• Các thông báo trên báo địa phương—miễn phí. Cần phải xây dựng nội dung thông báo và nộp cho toà báo. • Thư điện tử và trang web—xem phần “nhà tài trợ” phía trên
6. (Các) Loại hình truyền thông NPO sẽ sử dụng để truyền tải thông điệp đến nhóm đối tượng này (cân nhắc câu trả lời của câu hỏi 4 và 5)	Loại hình truyền thông #1: Thông báo trên báo địa phương
	Tần suất: Hai lần/năm.
	Nhân viên NPO chịu trách nhiệm cho hoạt động truyền thông này: Hải Chịu trách nhiệm viết thông báo và liên hệ với toà báo. Theo dõi các phản hồi về thông báo.
	Loại hình truyền thông #2: Gửi thư điện tử cho các tình nguyện viên tiềm năng
	Tần suất: Hai lần/năm.
	Nhân viên NPO chịu trách nhiệm cho hoạt động truyền thông này: Linh Chịu trách nhiệm xây dựng hoạt động truyền thông qua thư điện tử và danh sách tình nguyện viên tiềm năng nhận thư điện tử. Theo dõi các phản hồi về thư điện tử.
	Loại hình truyền thông #3: Trang web. Xem phần “nhà tài trợ” phía trên.