

齐鲁报系中层干部竞争上岗 演讲摘编

- 竞岗,争的是位子,更是责任。
- 上岗,不只看风光,更要直面风险。
- 站岗,不仅要有创业思路,更要看实干效果。

办新潮锐气的报纸

□乔永华

竞聘岗位:生活日报编辑中心都市新闻编辑室副主任

今年是我们的改革创新年,也是生活日报的突破年。冲锋的号角已经吹响,接下来就该如何实施了。生活日报的突破是全方位的突破,在这里我仅就城市编辑室工作谈几点自己的想法。

一、根据读者需求,提供本地特色新闻。目前生活日报是济南市场上最贵的一张报纸,都是5毛钱,但我们版面最少。怎么才能让读者买账呢?首先,必须掌握目标读者群的需求,读者的需求就是我们的追求,贴近产生亲和力,特色才有吸引力。只有不断地端出一个又一个的招牌菜,才能吸引读者、留住回头客。

二、深挖本地新闻,不做网络的搬运工。报纸的核心说到底还是内容,在网络时代,读者没有抛弃我们,是因为我们报纸的权威性和专业性。深挖本地新闻,做强内容,做出特色,以内容影响力形成品牌影响力。我觉得应该增加权威的时政新闻,监督新闻,深度调查,以及体育娱乐和国际国内新闻,尤其是要强化本地的产经新闻,可以在版面上设置产经聚焦,产经生活,产经创业等板块,同时加强商业活动的策划,通过活动来影响我们的目标读者群,进而影响他们的生活,通过编辑部和广告部的联动,就能增强报纸的影响力和收益。

三、重塑新闻观,打造版面精品。新闻观就像人的品格一样,是深入骨髓的灵魂和气质。对于编辑室来说,具体的做法,就是把每个版面做成精品,从每个标题、每篇稿件入手,制作简洁明快富有韵味的标题,吸引读者,打动读者的心;充分运用图片,最大化发挥图片的作用,合理运用图示、图表、色块,让新闻从版面上活起来。

四、做好业务带头人,为涌现更多的名编名记铺石垫路,为他们做好包装服务。评论板块可设置生活“强”音、“锐观察”等栏目,让善于写评论的伙计脱颖而出。开设政情版,设置记者播报,政策解读等栏目,让更多的年轻记者成为行业专家。

总之,打铁还需自身硬,做济南最好的新闻,办新潮锐气的报纸,前进的路就在我们的脚下,让我们携起手来,实现新的突破吧。

当好带头人走进读者心

□邱建国

竞聘岗位:生活日报编辑中心都市新闻编辑室副主任

从性格上来讲,我觉得自己是一座“活火山”,与人为善但绝对不做老好人,做事有原则,有底线,我觉得这对于从事副职至关重要;同时,我又是一个有点“二”的人,这个“二”不是缺心眼儿,而是习惯并善于在“顶头上司”的指导下开展工作,并与同事们一起狠抓落实,努力做到极致,追求完美。

还有一点不知道算不算优势,那就是我的作息习惯,我凌晨两点之前很少睡觉,属于典型的夜猫子,上夜班不仅完全不是问题,而且是一种享受,夜深人静的时候,也是大脑最兴奋的时候。

如果成功当选副主任一职,我首先要做的是当好助手,协助主任做好部门的各项工作,并根据自己的观察和同事的反馈及时提出合理化建议,抓好具体工作的落实,继续发挥我“二”的特长。

同时,我将充分发挥“桥梁”作用,利用自身经历和性格上的优势,借助各种先进的技术手段,打通采编沟通渠道,建立采编对接机制,让编辑真正明白记者的想法,让记者真正了解编辑的意图,让编辑少埋怨记者,让记者少抱怨编辑,大家心往一处想,劲儿往一处使,共同提升报道的质量和报纸的影响力。

此外,我将与主任一起强化部门的业务研究氛围,定期组织业务交流,加强学习,加强讨论,加强总结,制定各类专题报道和重点报道的基本流程,做好新闻预判,做到有章可循,有备无患。

最后一点,也是最重要的一点,就是将同事们的努力最大限度地转化为报纸的竞争力和影响力,这也是“业务带头人”的本职工作,为此,我将与同事们一起,充分利用热线、微博、微信等平台,设法了解读者的真实想法,以影响市民生活为最终出发点,通过对每个版面、每篇稿件、每条标题的精细雕琢,提升报纸的竞争力,让我们的报纸走进更多读者的心。

说得好不如做得好,我能做到的就是踏踏实实做好每一件事儿,我会记得今天说过的每一句话,也希望大家一起监督我。

心怀感恩 踏实工作

□于海霞

竞聘岗位:生活日报编辑中心都市新闻编辑室副主任

去年3月26日,我从都市新闻编辑室调入重点新闻编辑室,参与生活日报头版的编辑,跟着值班主任和值班总编辑学习,这给了我更多的历练,也培养了我的大局意识。现在,我年轻,精力充沛,创造了一个月一天不休的夜班纪录,家人对我的工作也给予了全力支持,这些都为我努力干好工作提供了良好的条件。

我认为,作为副主任,要给主任当好助手,多请示汇报,多交心通气,在工作中恪尽职守、锐意创新,积极协助主任做好部门的各项工作。具体来说有以下三点:

1、版面安排注重读者阅读感受:如果说编辑是报纸的大厨,是炒菜的,那么主任则要负责协调好一桌菜,使其成为品牌。济南这几家报纸中,我们的版面最少,但是如果每一个稿件,每一个版面都足够精致,版少也可能成为优势。在安排版面时,头脑中要始终有一根弦:要把读者的关注,需求作为指挥棒,当成选取稿件的标准。内容能吸引读者看下去,才能发挥影响力。版面形式上注重表现力和冲击力,可以通过色彩、线条等的运用,使整个版面更符合阅读习惯,用抢眼的版面语言抓住读者的关注点。

2、加强新闻策划:通过对一个事件的深度挖掘,通过深度性和解释性报道,来影响市民。傅总和梁总都强调,要下大力气增强报纸的权威性、公信力和整合解读能力,提升报纸内在质量,因此深度策划不可或缺。我将加强与采访部门记者的沟通,树立采编一盘棋的理念,用有竞争力的报道提升报纸的影响力。

3、协助主任带好队伍,在部门内部形成学习和竞争的氛围。党总支确定了今年主题年是“改革创新年”,借着一系列改革,我们要在条条框框之外,学会有所为,有所不为,要有敢冲、敢打的精神。只要大伙心往一处想,劲儿往一处使,我们的生活会更美好!

我的竞争对手同样优秀,今天在这个讲台上我们同台竞技,平日里我们一直是非常好的同事,不管谁上岗,我都非常高兴。不管我能否竞岗成功,都将一如既往地心怀感恩、踏实工作,为生活日报的未来实干、拼搏!

做山东创效最好的报纸

□安国荣

竞聘岗位:生活日报广告中心广告部主任

做一名优秀的广告人,是我一生的梦想和追求!如果我竞聘成功,我会更加努力工作,和同事们一起构建充满凝聚力、创造力、执行力的广告团队,确保2013年生活日报的广告创收总额达到4500万,力争创收比去年递增30%以上。

在广告创收的薄弱行业加大客户的开发力度。据统计,2012年生活日报广告创收总额为3300万,其中房产、金融保险、药品医疗器械占51%。汽车、家用电器、商场卖场、酒店餐饮、服装饰品等行业还有较大开发空间。据了解,开达地板和济南时报签订了全年合同,济南报业集团给编辑部门也下达了创收指标,调整了灵活的广告投放政策,意图是多分取市场的蛋糕。面对激烈的市场竞争,生活日报要顺应形势,团结奋进,形成合力,最大限度地争取大客户,扶持中小客户。

积极推进大品牌客户的培育工作。现在已经投放的大品牌客户有康宝莱、淘宝网等,通过优惠政策逐步吸引类似凡客诚品等大客户合作,积极寻求其它多种方式的创收模式。

重点推进民营医院的广告投放。去年生活日报医疗广告基本是正规医院的,如果民营医院得到很好的开发,保守估算也有500万以上。计划以几家骨科、哮喘病等代表性的中小型医院为突破口,以打包的形式合作,起到以点带面的作用。

推行并完善代理制。报业市场的竞争要求我们必须通过政策的微调适当让利给广告公司,改变以往广告公司引荐客户投放时报、商报的局面,通过与各类代理机构和广告公司的合作达到互利共赢的目的。同时我们还要优化服务质量,提升服务水平,加强与客户的沟通和联系,根据市场环境的变化,前期要以优惠灵动的价格政策鼓励扶持一些广告客户,丰富充实生活日报的广告版面,后期着重吸引品牌客户、商家和读者的注意力,达到增收创效的目的!

我们的目标是:做山东最好的生活类报纸,做山东创效最好的都市报报纸!

短平快的赚钱办法

□刘国胜

竞聘岗位:生活日报广告中心广告部主任

新闻和版面做得再好,终究只是生产车间的好产品。“酒香也怕巷子深”,我们是否可以产品、价格、渠道、促销这4部分着手,开展最基本的市场营销。

改版首日的报纸,作为具有标杆意义的造势产品,是否可以用铜版纸封皮、全彩印刷,并在油墨里添加香水,让省内第一份“香水报纸”成为新闻,产生口碑传播。也可联系大牌、奢侈牌推出报纸的包装袋、手提袋广告,在增加创收的同时提高报纸的时尚形象!

改版首日的“样本报纸”赠送各“企事业单位、主流品牌、广告公司”一“把手”,让塔尖人群首先感受到我们横空出世的气场。零售则适当采取涨价策略,甚至限时限量发售,聘请时尚model促销,还要用总编辑现场签名等方式制造读者排队抢购的火爆场面,甚至制造出新闻事件,利用国内主流媒体,甚至通过网络、微博、微信在全国造势。

在济南范围内,与其它类别媒体,户外广告的置换宣传同时展开。接着,锁定济南及周边地市百所高校,推出以“《生活日报》,时尚生活”为主题的大学生广告创意大赛、广告节,开展平面设计、植入式DV、植入式表演等线上、线下赛事,进一步做大生活日报的时尚气场。

之后,借力“六艺节”,和晚报一起邀请比如蔡玉水先生创作以戏剧、音乐、舞蹈、杂技、曲艺、美术为主题的六幅新“六艺图”,印成国内最大尺寸1米半×半米左右的巨幅报纸,报纸的一面是新“六艺图”,一面跟进商业广告,挖掘报纸的装饰画及收藏价值,每周一期,连续出版六周,并装裱成六条屏的屏风,在恒隆、银座进行巡展造势,还可以开发以新“六艺图”为主题的纪念邮册、卷轴画、金银条,在靠策划增加创收的同时,进一步做大生活日报气场。

说实话,我现在对生活日报还几乎一无所知,当看到我们一季度下滑15%的经营报表,也是一片茫然。但年度增长20%的指标必须完成,我想当务之急,需要找出短平快的赚钱办法。我们打,是为了最终的和。我们不仅要赢广告,还要赢人心,不仅要赢经营,更要赢尊敬。

全力耕耘“生活”

□张启伦

竞聘岗位:生活日报广告中心广告部主任

关于生活日报广告中心广告部主任的岗位,我的理解是,协助分管领导创造性地开展日常经营工作,坚决完成收入和利润指标;加强部门文化建设,协助分管领导推进管理体制和激励机制创新,带领出一支团结、互助并充满活力,敢于应对任何困难和挑战的高素质的现代职业报人。

对生活日报广告经营工作可采取这样一些措施:打通汽车、房地产行业创收瓶颈;发挥好生活日报经营人员的主观能动性,将业务量细分,责任到人,对房产、商业等行业的每个客户进行分解;提升生活日报的自我营销能力,扩大报纸品牌影响力;注重行业间关联性,跨行业融合经营;做大做强现有生活日报品牌活动;开发政府和大企业宣传资源;实物抵顶,灵活合理利用;充分挖掘分类广告。

各位领导,各位同事,在过去七八年耕耘生活日报广告经营的过程中,我无怨无悔,问心无愧,当然有时也会埋怨,也会向分管领导叫苦叫累,甚至是哭泣。回想当初生活日报经济专刊创刊时的5人,到现在我们的生活日报各个行业经营团队的建立并逐步完善,我很幸运见证了这个过程。

都说生活日报不行了,我们承认,我们是第四。但对于报业来讲,其实谁家日子过好?商报、时报表面看着红火,个中滋味他们自己最清楚。其实老大哥晚报现在的经营压力不也是很大吗?所以,对我们生活日报来说,要真正走上二次创业的康庄大道,实现涅槃之路,不妨来一次大折腾,大变革,大破才能有大立!

我愿以一己之力在生活日报这个变革过程中,继续奉献智慧,展现才华。如果我能竞岗成功,我承诺把领导交给我带领的行业在刊登额和份额上均实现双增长,如果有下滑我自愿请辞。

今年1月26日的两报之夜文艺演出中,我主创并作为领诵之一表演的诗歌朗诵节目《使命》获得一等奖,我想引用那一篇朗诵稿的最后几句话来结束我今天的演讲:我们一直在努力!我们只能更努力!我们一起努力,迎接新的胜利!胜利!