

会员登陆 MEMBER LOGIN

用户名:

密码:

个人会员 企业会员

信息调研

- ◆ [我是这样撰写基层负面信息的](#)
- ◆ [做好县级党委信息工作的几点](#)
- ◆ [开展效率调研 打造调研精](#)
- ◆ [努力在改进信息服务上取得新](#)
- ◆ [浅谈如何上报信息和舆论监督](#)

督促检查

- ◆ [创新开展常委议定事项督查](#)
- ◆ [特事特督促恢复 抗冰抢电](#)
- ◆ [督查干部 要树正气 聚才气](#)
- ◆ [树牢优质理念 打造一流督查](#)
- ◆ [大胆创新 优质服务 不断](#)

综合协调

- ◆ [谈公文处理中的协调](#)
- ◆ [略论秘书的协调艺术](#)
- ◆ [也谈怎样当好副职](#)
- ◆ [着眼全局 统筹兼顾 充](#)
- ◆ [办公室主任的协调艺术](#)

提案办理

- ◆ [建议提案办理工作的特点、问](#)
- ◆ [重质量求实效 重沟通求满意](#)
- ◆ [江苏省盐城市盐都区政府认真](#)
- ◆ [提案办理](#)

当代秘书 >> 秘书务实 >> 企业秘书

企业秘书应注重开发报刊广告信息资源

作者: 徐璐 发表时间: 2007-3-1 被阅读: 180次

当今, 企业竞争越来越激烈, 企业能否开发和利用尽可能多的有用的商业信息是企业兴衰成败的关键。同时这也是企业秘书信息工作面临的重大问题和严峻挑战。如何全方位、深层次地挖掘信息资源, 为企业提供全面的、有价值的商业信息有待于企业秘书工作者在理论上和实践上作出探索。笔者仅从报刊广告开发这一“点”出发, 对开发深度信息这一“面”进行探讨, 以期起抛砖引玉作用。

报刊广告资源开发是企业信息开发的“死角”

报刊广告是广泛散布于各种报纸杂志中的非常普遍而又十分重要的经济信息资源。它的收集、加工、开发和利用对企业经营和决策有着重大作用。但是, 长期以来, 企业秘书对这类大量的随处可见的资料缺乏足够的重视, 采取熟视无睹, 漠然处之的态度; 对隐藏在大量的广告信息背后的深层经济活动和规律更是缺乏深入的、足够的研究, 使大量的宝贵的商业信息白白流失, 形成了信息资源利用的空白地带和死角。

开发报刊广告资源具备的条件

1、报刊广告业的繁荣是企业充分挖掘报刊广告信息的前提和基础。随着我国经济的发展, 我国报刊广告业得到了迅速的发展。据有关资料统计, 报刊广告的数量占我国各种广告媒体的42%, 居各类广告媒体之首。这就为企业收集和利用报刊广告提供了资料来源。

2、计算机技术的普及和应用，客观上为企业秘书深入研究报刊广告资源提供了坚实的技术基础。

3、企业秘书人员素质的提高，尤其是微机应用技术的提高，为充分开发报刊广告信息资源提供了载体和可行性。

4、企业为了应付日益严峻的竞争，千方百计搜集大量的有关商业信息，为秘书提供了广泛的资料来源和良好的研究环境。

开发报刊广告资源的要求

1、广告信息开发针对性要强。报刊广告浩如烟海，茫无边际，不可能把什么广告都拿来分析研究一番。这就要求秘书在筛选时要提高目标广告的针对性，立足本行业、本企业，为领导者提供所需的信息。

2、广告信息开发要有深度。深入挖掘和揭示隐藏在庞杂广告背后的经济活动规律。

3、广告信息开发要全方位、多层次。既包括竞争对手的广告，又要研究与本企业利益息息相关的广告。

4、广告信息开发和服务要及时可靠。时效性和可靠性是商业情报的生命，也是情报的价值所在。信息过时毫无价值；信息不可靠，后果不堪设想。

5、广告信息开发和服务要有预见性和前性。通过对广告研究和分析，提出企管理、产品开发、投资决策、经营战略调整等方面具有预测性信息和超前性的信息，以便企业稳健灵敏地驾驶市场，应付变化莫测的商战。

开发报刊广告资源的作用及途径

——为企业领导提供市场动态方面的信息。企业只有了解和理解市场才能把握和驾驶市场，广告以传递有关商品或服务的最新信息为手段，灵敏地反映了产、供、销等变化情况，通过分析和研究报刊广告，可以揭示出市场

动态。比如：对企、业所处的行业所刊登的广告数量进行统计：就可以评价本行业的发展水平和趋势；对竞争对手所刊登广告种类和数量的变化情况的分析研究，可以推断出其经营规模、水平和特点等；通过对国内外同种品或同行业所刊登的广告进行分析比较，可以反映出国内、外市场需求状态，技术和产品开发潮流和方向，以及商品性能、款式、功能等方面的信息。

——为企业领导提供投资决策信息。企业决策是企业领导活动的关键环节，正确的优化的投资决策能使企业顺利发展壮大，错误的投资决策轻则使企业造成损失，重则断送企业的前途。决策的正确优化与否，除了领导者经验、能力和科学决策程序之外，关键的一环就是决策信息是否全面、准确和优化。从报刊广告中开发决策信息是获取正确决策情报的有效方法和手段之一。例如：如果在某一段时间内，求购某类商品的广告数量忽然大大增加，则有可能该种商品供不应求，市场需增加，企业可以扩大生产规模；如果该商品的推销广告大量增加，则有可能该商共过于求，市场处于饱和状态，竞争激烈，这时企业不应扩大生产规模，甚至要转产。

经济学家认为，商品是具有生命周期的。同样，商品广告也具有相应的变动和消亡的规律。一种新商品面市，消费者认知度和认同率较低，此时企业一般都展开强烈的广告攻势，广告数量大大增加，随着广告高峰的到来，销售高峰也随之而来。然后，随着新一代产品的出现，原商品销售逐渐衰退，广告数量也随之而减少，直至消亡。因此，考察广告的数量，就可以估计出产品所处的阶段，从而为企业提供生产的对策。同样的方法，可以预测某个行业的兴衰情况，从而为企业提供是否进入该行业的投资决策信息。

——为企业领导提供竞争对手的情报。商业情报是商战的“命根子”。事实表明，谁先获得和掌握对方的情报，谁就可以在市场竞争中占据优势，取得了制胜的先机。研究和分析竞争对手所刊登的广告是获取对方情报的一种有效的方法之一。例如：通过对竞争对手所刊登的需求广告的分析，可以观察它的原材料、设备、技术、劳动力、企业意向等方面的需求，从而推断其最新的商业决策和发展动向。如果对手企业大量刊登招聘广告，或者原材料求购广告等则可以判断其可能扩大生产规模。如果对手企业大量刊登推销广告，则有可能意味着它有产品积压，销售困难，或者生产能力过剩等情况。如果对手企业刊登新产品广告，则说明它研制出了新产品，或者是它想用新产品来占领市场。

——为企业领导提供人才方面的信息。企业的竞争，归根结底是人才的竞争。无数事实说明，谁拥有优秀的人才，谁就在竞争中处于有利地位。人才争夺战成为商战的一道亮丽风景线。随着人才市场的不断发展和完善，广告成为供求双方需求和联络的中介。通过对这类广告的对比分析，秘书可以为企业领导提供劳务市场状况信息和推荐优秀人才。同时，也可以从中推断对手企业的发展意图、人才观念，以及人才的数量和质量，也可以判断它生产规模的大小和能力等等。

上一篇： 没有相关信息

下一篇： 没有相关信息

发表评论

用户名:

密 码:

验证码: 8327

发表我的评论

最新相关评论

暂无评论

友情链接: [环球政务网](#) [中华秘书网](#) [四川秘书网](#)

博客友情链接: [潜人才BLOG](#)

[版权信息](#) | [联系我们](#) | [广告服务](#) | [关于我们](#) | [加盟合作](#) | [会员服务](#)

Copyright 2006 www.ddmisu.com Inc. All rights reserved. 当代秘书网

湖南省秘书学会 联系电话: 0731-2215063 传真号码: 0731-2218084

湖南师大文学院考培中心 联系电话: 0731-8644039

[湘ICP备06013617号](#) 长沙智诚网络提供技术支持