

## 變革時代的洞察力

尹美玉

筆者於 7 月 1 日至 3 日赴北京參加兩年一度的中國國際公共關係大會，大會由中國國際公共關係協會主辦，主題是「創新中的責任」。我對國際公共關係協會 2008 年度主席 Robert Grupp 博士在會中分享公關在「變革時代的洞察力」的演講印象尤深，特記下要點，與業界一起反思。

始於 2008 年的經濟衰退及互聯網的急速發展，對個人、企業及政府帶來了巨大的衝擊，也為公關人帶來了三項新挑戰；講者把這些挑戰看作公關最新的戰略使命。

### (1) 在策略制定過程中整合公司和客戶組織的溝通

在整合公司和客戶的溝通和公共關係問題方面，我們需要開展富策戰略性及有效的工作。現時仍有許多公司的負責人認為，公共關係的作用主要用於事後溝通，他們並不認同公關在幫助制定管理策略、提高公司業績方面所能夠及應該發揮的作用，也不了解公關在改進業務的營運方式，以達到期望目標所起的作用。

任何公共關係計劃的第一步，都是要制定清晰、明確及可量度的目的和目標，之後再釐定我們希望得到的結果。如果我們能夠向管理層提供資料，說明透過策略公關，對促進銷售增長、招募員工、吸引人才、建設品牌和樹立企業聲譽方面作出貢獻，那麼我們的公關策劃必定會受到重視。

- 完 -

撰文：尹美玉

作者為香港公共關係專業人員協會培訓及活動委員。