

談危機公關

張岩

說到「危機」，所有公司都會悚然。當危機來臨時，有的企業能夠從容應對，有的企業則亂了陣腳，無所適從。

現時不少國際大型企業的傳訊部門，都有完整的應對危機的公關處理方案，也有很多公司紛紛聘請專業的公關公司協助他們渡過危機。

對於危機的處理，其實有規可循。通常採取的步驟為：預警、應對及善後。

預警：即危機的提前警告。危機在全面爆發前都是有訊號可以追蹤到的。如現在很多公關公司都會為客戶提供媒體監測服務，通過一整套新聞追蹤系統，每日為客戶提供最新的市場、行業及公司新聞，並通過敏銳的專業觸覺，協助客戶企業洞悉潛在危機，及時預防。

應對：當危機真正來臨時，需要臨危不懼，更不要試圖的掩蓋事實真相。首先要統一應對媒體查詢的口徑，做到回答外界詢問的內容相同。同時，還需要指定一位新聞發言人，將所有媒體及外界查詢轉交給此人一併做出回答。確定回答查詢的口徑內容十分重要，面對不同的危機，回應方式及內容的亦不同。

善後：「轉危為機」很重要。如果擅用處理危機的手段，不但能夠成功的減弱危機的殺傷力，更能有助於提高企業的知名度及群眾認可度。

在現在訊息迅速傳播的社會裏，及時地發現危機、妥善的應對危機、及積極的補救是所有企業需要努力做到的。

- 完 -

撰文：張岩

作者為 PRPA 會員，現任職於知名財經公關公司。服務客戶包括國際及內地知名上市公司