

## 公關與廣告的分別

高展鵬

公關和廣告都可以幫助客戶推廣品牌或產品，但兩者的性質和發放資訊的方式截然不同，效用亦大有分別。

「廣告」是直接傳播信息的工具，以金錢購買媒體渠道（例如報章雜誌的版位、電視的播放時間），信息內容和觀點由客戶全盤決定，見效快速，傳送的信息較簡單。

「公關」是間接傳播信息的方式，透過對各媒體的深入了解，與一些對公眾有影響力的群體建立和維持長期關係，包括報章和雜誌的編輯和記者、電視節目採訪人員，或是著名的網誌作者等等，讓他們了解客戶所提供的各種資訊（包括新產品消息、與公司品牌有關的新聞、科技新知等），然後由他們以自己的觀點產生新的信息，再透過報章報道、雜誌專欄、電視新聞和介紹新產品及新科技的節目等渠道傳送給受眾。

公關可以傳播較複雜的意念和內容，幫助客人解決傳達信息時所遇到的挑戰，讓消費者加深對有關產品或品牌的了解，並藉此建立正面的形象，效用比較長遠，亦更具策略性。

要有效地進行市場推廣，其實要適當地混合各種推廣工具，例如首先透過廣告和公關渠道引起公眾注意，然後透過效用長遠的公關活動持續深化信息及與受眾互動，獲得最佳的推廣效果。

- 完 -

撰文：高展鵬

作者現職國際公關公司 Waggener Edstrom Worldwide 的執行副總裁，負責管理亞太區業務