

持之以恆的公關策略

高玉桂

投資銀行高盛最近被美國證券及交易委員會(證交會)指控透過在次按市場大量沽空謀利，涉嫌欺詐投資者。這是自二〇〇八年全球金融海嘯後，美國政府首次向華爾街大行提出控訴。高盛強烈否認指控，並尋求盡快跟證交會和解，以免因官司纏身而令業務受損；另一方面急忙找知名公關顧問，策劃連串政治游說及公關活動，以期彌補信譽損失。

不少企業在危機中都會依重公關出謀獻策，以修補企業形象。不過成功的公關策略，並不單是在企業危機中才派上用場，反之，企業持續地充份運用適當的公關策略，與受眾及持份者建立良好的溝通，才能將信念、核心價值及正面的企業形象植根於他們心中。那麼企業一旦要處理危機時，便能事半功倍。

同一道理，持之以恆的公關策略亦有助政府推行政策，甚至推動公民教育。比方政府在推行環保教育時，必須透過多樣化傳訊方式，向各階層市民推廣環保概念及實踐之道，並有策略地與環保持份者建立良好關係及溝通，爭取支持，有助成為推動社會實踐環保的力量。

另一例子是投資者教育，金融海嘯突顯了投資者普遍對風險與回報，抱有不切實際的期望，推廣正確的投資態度，讓投資者認清風險、本身的投資目標及承受風險能力是關鍵。要將這些觀念廣泛灌輸予投資大眾，須透過周全的策略，持續不斷及多樣化的傳訊方式，才可達致長遠果效。

- 完 -

撰文：高玉桂

作者為香港公共關係專業人員協會督導委員會成員