

踏進電子傳訊的時代

葉衛國

近來行內一項熱門話題是怎樣將互聯網及社交媒體與傳訊工作接軌。去年就有不少就此議題專為傳訊界而設的研討會。會上不少電子傳訊的先行者分享他們在傳訊工作中使用社交媒體的經驗。據一些主辦機構所說，參加者近日所關注的已不再是「為什麼要這樣做?」，而是，「應怎樣做?」。

分享的個案中較受注目的，是香港貿易發展局為其 2009 年國際環保博覽的宣傳工作，首次採用了電子互動新聞稿，令眾傳媒可同步得到多元化材料（如影片、相片、文字及網頁連結等），不用反覆再索取更多背景資料，亦方便資訊可作跨群組的傳遞。

據貿發局的資料，該博覽會得到跨平台迅速傳播及廣泛的網上報道，累計的報道達 250 篇。這數字真令人眼前一亮！因為成效令人滿意，貿發局再用電子互動新聞稿為另一項名為「香港·華麗秀」的大型時裝表演分發資訊，結果錄得的報道多達 400 篇！

香港貿易發展局經理(展覽事務)朱啟華小姐表示，透過社交網站發布的訊息若成功接觸到一位目標買家，這個訊息便能透過這位買家的社交群，快速傳達到其他潛在的買家，令訊息能更快和更有效地傳播到目標群體。貿發局計劃日後繼續採用各樣新媒體作推廣及宣傳，因為他們相信社交媒體已廣被接納，而用新媒體作推廣已是大勢所趨。

- 完 -

撰文：葉衛國

作者為現屆香港公共關係專業人員協會會長，威望傳訊董事總經理，職業訓練局大眾傳播業訓練委員會委員。