

變革時代的洞察力

尹美玉

上回提到 2008 年的經濟衰退及互聯網的急速發展，為公關人帶來了三項新挑戰，其一是在策略制定過程中整合公司和客戶組織的溝通，另外兩點如下：

(2) 溝通技術需要不斷改進

全球 2.0 的到來，不論我們是否參與，在線互動都是存在及進行中。作為公共關係專業人士，我們必須掌握新的溝通技術及模式，幫助公司和客戶參與社交媒體，建立更多溝通渠道。國際公共關係協會 2008 年度主席 Robert Grupp 博士強調，如果一家公司在未來五年都採用同一方式對外溝通，2015 年必然倒閉，開放、透明的溝通是企業持續發展的唯一方式。

(3) 需要融入全球化進程中

如果無法欣賞和理解全球互聯，就無法談論公共關係的未來。隨著更多中國公司收購西方品牌，進入新市場，它們需要整合現有的消費文化和自己的文化，公共關係在複雜的新興市場中發揮甚麼作用？

了解不同公眾群體的需要、期望和價值觀變得越來越重要；要融合文化的差異，公司更需要有緊密和具意義的溝通，包括如何提升對話的透明度。公共關係的基本目的是建立和諧的關係，要做好公關，公司需要多聆聽受眾意見、理解不同文化、堅守承諾、提高經營和實務操作的透明度。

- 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。