



解讀新時代的公關推廣

隨着新媒體及大數據的出現，公關及市場推廣行業的運作模式亦相應作出調整，從而與新時代接軌。今期專題，我們會與六位相關專業領域上經驗豐富的中大人，就行業的發展和趨勢，分享他們的真知灼見。

互聯網世界瞬息萬變，時刻考驗着公關的應變能力，而社交平台正是其中一個浴血戰場，一不小心，「公關災難」便隨即爆發。關翠明坦言，面對網上輿論，須有精準的判斷力，在仔細觀察和了解後，再制定解決方案。

雖說網絡平台隨時會引發危機，但有危便有機，只要運用得宜，反而能為品牌增值，可謂是一把「雙刃劍」。曾錦強指出，網上廣告是市場推廣的大趨勢，帶故事性及軟銷（Soft-Sell）手法的內容行銷（Content Marketing）更能讓受眾留下深刻印象，引發共鳴。

傳統公關要懂得處理危機、建立品牌形象等，而財經公關則還有多一個要求：熟悉金融政策及知識。從事財經公關工作多年的陳民傑就指出，專業的財經公關不但要處理一般的公關工作，同時要熟悉宏觀的金融政策及微觀的企業財務知識。

不論是傳統公關還是財經公關，人工智能（Artificial Intelligence, AI）的降臨均令各行各業受到衝擊，而公關行業亦無可避免。溫師雁釋述了AI如何改變了媒體的形態，從而讓大家了解到，今天的公關不能再沿用過去的方式處理媒體關係，而是要緊貼科技趨勢，善用大數據及數碼科技。

在香港做公關與推廣的工作固然不容易，在海外亦同樣有其挑戰。在外國開展公關事業的陳思樺觀察到，新媒體的出現改變公關與客戶的溝通及推廣策略，用戶口碑、網絡紅人等變得更具影響力。而同樣在外地從事公關專業的葉運珍認為，因應這些變化，在為客戶制定公關策略時需選擇合適的社交媒體。

在資訊新世代，公關及市場推廣行業內雖然充滿着未知之數，但挑戰在其中，而機遇，也在其中，對以上工作有興趣的校友，可透過以上幾位校友的分享，加深對行業的了解。✎