

虛擬新時代

公關新策略

虛擬世界的來臨，意味著傳統公關手法的大革新。為回應社福界的需要，社聯特別與香港公共關係專業人員協會於2008年的公共關係研討會以「虛擬世界的公共關係」為題，邀請來自大眾傳媒、公關顧問、企業及社福機構代表，探討於互聯網上最有效的公關策略。活動已於2008年12月19日舉行。

新公關策略已是必需

現在，人們花在電腦上的時間越來越多，透過互聯網搜索資訊，交換訊息。然而，互聯網的快捷方便卻令電腦用戶的耐性越來越少，只要網站稍為滿足不到他們的需要，便會立即轉到別的網站去。隨著受眾的口味改變、互聯網的急速發展，針對新媒體的一套新公關策略亦應運而生。在網上分享故事、提供最新資訊已是這虛擬世界宣傳和維繫關係

的不二法門。「有時候提供網上活動及遊戲更能吸引市民注意，引起社會關注。」恒生銀行高級企業傳訊經理羅淑雯女士補充。

虛擬公關基本法 提升排名

社福機構的資源有限，不能大費周章研發新的網上工具，那麼進入虛擬世界的第一步，可從建立網站開始。商台互動總經理章濤先生表示網站不需要十分美輪美奐，也不用花費太多，只要實用性高，方便用戶，又定期更新載入資訊，便能留住一群忠實「顧客」。第二步是增加瀏覽人數。其中一個方法是提高網站在搜索器的排名，讓你的網站保持在搜尋結果的頭兩頁位置。網站與關鍵字的相關性有助提升排名，使用包含關鍵字的域名，或在Title & Meta Tag內加入關鍵字都可以，但留意維持關鍵字的密度於百分之10至30，而且一頁一主題。當然如機構有足夠的資源，更可考慮於搜索器網頁刊登廣告。第三步是加強網站內部及對外連結，增加網站受歡迎程度，因此越多不同的友好網站連結，就越多人有機會到你的網頁瀏覽。除此之外，機構更可利用免費網上平台，如最近非常流行的Facebook，建立自己的群組，透過平台將訊息發放出去。

籌款的新機遇

捐款有很多傳統途徑，如支票、現金、信用咭，而現在不少社福機構都有推行網上捐款，目的都是為了方便捐款者使用，增加機構收入，提供更完善的服務。「推行網上籌款後，善款不但有增無減，用戶的滿意度又大增，工作變得更有效率，網絡更為廣闊，同時亦為機構帶來更多新機遇。」樂施會籌款經理黃玉閏女士說道。外國有不少成功例子都在網上平台，如Everyday Hero，訴

說他們的故事，成功籌得款項。社聯資訊科技資源中心馮一柱博士續稱：「平均每30個閱讀故事的人中，有9人會捐款，而那9人當中更有一半人會再轉寄你的故事出去，替你尋找新的捐款者。」當然，機構內部行政與網上服務發展亦需互相配合，如相對調整會計流程、增聘IT員工等，才能夠水到渠成。

機構品牌名譽管理

網上資訊很快就一傳十，十傳百。利用互聯網推動服務不僅便利，如使用得宜，更有宣傳之效，提升機構形象。「一般的傳統媒體是我們平日會看的報紙雜誌，但它們都有區域性的限制，而互聯網就沒有。」萬博宣偉公關顧問助理總監劉章美女士認為這類新的社會媒體(Social Media)可幫助機構作另類宣傳，提升形象及透明度，建立口碑。成功例子有美國新任總統奧巴馬，他利用強勁的網上攻勢，成功取得網民支持。然而，互聯網同時亦能帶來難以估計的反效果，如去年網上針對某銀行的惡意謠言，便令銀行出現擠提，流失客戶，市民亦失去信心。因此，在虛擬世界管理品牌名譽是相當重要的課題，機構有必要密切留意網絡的發展動態，此舉除可監測不利謠言，適時採取行動預防不利事件發生，亦有助發掘機遇。

互聯網如高速單程路

虛擬世界發展一日千里，如單程高速公路，不容許你停下步伐，走回頭路，同時亦影響了整個社會文化及市民的取向。在這大趨勢下，推行新的網路公關已是機構發展的唯一出路。「不斷創新，抱著『人有我有』的心態反而可推動機構發展，不落後於人。」香港紅十字會傳訊及資源發展部主管蘇婉嫻女士稱，而這亦正是網路公關成功的必備條件。



是次研討會請來不少具份量的嘉賓及講者：(圖左起)香港公共關係專業人員協會執行委員會一培訓及活動委員張一心女士、香港公共關係專業人員協會主席譚彩鳳女士、樂施會籌款經理黃玉閏女士、香港紅十字會傳訊及資源發展部主管蘇婉嫻女士、萬博宣偉公關顧問助理總監劉章美女士、商台互動總經理章濤先生、社聯資訊科技資源中心馮一柱博士、恒生銀行高級企業傳訊經理羅淑雯女士及社聯行政總裁方敏生女士。



研討會有近200位社福機構代表出席，顯示業界十分關注新公關策略的發展。



不少參加者都把握機會，與在場嘉賓交流及分享心得。