

公共关系管理对企业形象塑造的影响

王倩倩

(中国海洋石油有限公司,北京 100010)

摘要:随着经济全球化发展,公共关系管理作为管理科学重要理论日益受到企业的重视。公共关系理论及管理方法创新中内涵差异明显,导致企业管理者无所适从。塑造企业良好形象对提升企业美誉度具有重要意义,公共关系管理对提升企业组织形象具有重要作用。公共关系理论在企业管理中的应用,是工商管理领域研究关注的主要问题。本文旨在分析公共关系与企业形象塑造的关系,指出企业公共关系对企业形象塑造的作用。

关键词:公共关系管理;企业形象塑造;作用影响

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.03.086

1 公共关系管理与企业形象塑造概述

公共关系(Public Relations,P.R.,简称“公共关系”)是指组织机构与公众环境之间的沟通与传播关系。企业外部公共关系是企业经营中形成的外部关系网络,如企业与社区关系等。在竞争日趋激烈形势下,企业形象成为吸引消费者的重要因素^[1]。公共关系的实质是塑造企业品牌。企业形象是公众的印象,公共关系为企业对外形象服务,企业形象包括品牌忠诚度等。企业建立良好口碑有利于自身经营,公共关系起到一种独特的管理功能,帮助企业和大众之间树立并维护之前的交流、理解、接收和合作,包括问题和实践的管理,帮助管理层了解并对公众的意见做出反应。良好的企业形象需要公共关系管理维持,公共关系对企业形象塑造的作用体现在协调企业与员工关系、协调企业与政府和消费者的关系。

1.1 公共关系与企业形象概念

公共关系活动是组织为改善公众关系,树立良好组织形象进行的系列规划活动。公共关系的职能包括信息收集等方面。主要方法表现为吸引公众对某产品服务的注意,公众舆论调查等。企业形象不仅靠企业产品质量取胜,应靠企业活力,凭借对消费者负责的态度来树立形象。企业形象内容包括经营业绩、产品种类及服务、社会责任等,企业形象是综合评价印象。

1.2 公共关系管理对企业形象塑造的作用

企业形象内容是公共关系必须维护的内容,公共关系主要研究向外界传播企业形象,企业形象塑造要靠公共关系维持,要加强公共关系管理塑造良好企业形象。公共关系管理对协调企业内外部关系具有重要作用^[2]。员工是企业部门组成部分,企业应通过塑造公平竞争的企业形象,营造分工协作的氛围,确保各部门形成相互依存的关系。企业应注意领导在公共关系管理中的特殊地位,领导应注意处理好员工与企业的关系,保证员工利益不受损害,激发员工工作积极性,保证员工对企业的信赖感,为提高企业经济效益提供条件。利益相关方(包括政府、投资者、消费者、供应商、员工、同业竞争者、社区和新闻媒体)对企业发展具有决定作用,企业应注重公共关系管理中培养与各利益相关方良好关系,企业要积极与利益相关方沟通交流,确保在竞争市场中树立良好企业形象。

2 企业形象塑造面临的问题

愈来愈多的企业重视企业形象塑造,企业形象塑造也取得了一定成绩。如某企业文化中创造和谐是企业使命,公司的追求是创建一流综合性国际能源公司。随着新形势的发展,企业形象塑造出现新的问题。当前国企处于改革发展特殊时期,面临企业形象受损等问题。此外,随着互联网的发展,网络信息传播速度加快,新媒体的崛起为企业形象塑造提供了多渠道平台,也加速了负面信息传播的速度。为此,企业领导要高度重视公关的作用。

2.1 企业公共关系缺失分析

企业要不断努力加强公共关系管理,塑造良好企业形象,必须认识到公众诉求多样化,对企业期望要求不断提高。只有适应社会公众需求推进工作新常态,用产品和服务积极回应各方关切问题,

才能塑造良好企业形象。企业公共关系管理缺失主要原因包括与媒体缺少沟通机制、公共关系意识薄弱、与公众缺乏信任等。目前很多企业公共关系关系未形成清晰认识,对公共关系观念处于模糊认识阶段。与媒体建立良好合作关系可以使企业面临舆论危机与公众保持共同理性,降低自身损失^[3]。我国市场经济发展中,中小企业不断发展壮大,由于自身规模限制,大部分企业未建立公共关系处理部门,公共关系处理处于空白。

2.2 企业公共关系缺失的影响

企业公共关系处理未形成清晰策略,导致企业陷入公共关系危机,对企业经营产生负面影响。企业公共关系处理意识淡薄导致企业缺乏竞争力,影响企业发展规划。公共关系是企业自身实力的重要环节,在市场经济向买方市场转变的形势下,企业公共关系策略起到重要作用。公共关系策略使企业建立良好的形象。企业凝聚力对员工工作积极性产生重要影响。企业加强公共关系管理使企业关系更加和谐。公共关系策略运用能构建企业良好社会关系,促进企业与上下游伙伴关系。缺乏企业公共关系管理会对企业经营产生不利影响。企业发展中应建立相应的公共关系部门,贯彻实施公共关系管理策略,使企业建立良好形象。

3 公共关系管理塑造企业形象策略

企业不同发展阶段中公共关系管理有不同侧重点,工作人员要依据企业发展情况采取相应方案,为确保企业稳定发展,在公共关系管理中重点关注创业阶段、发展与危机阶段。企业公共关系管理中要遵循关联性、整合营销等原则,强化企业公共关系塑造品牌内外部战略,通过构建和谐公共关系,创造良好发展环境,提升企业形象^[4]。

3.1 企业公共关系管理原则

公共关系在构建品牌计划中的基础作用,使得品牌成为消费者的重要选择。企业公共关系与品牌联系密切,企业公共关系推行活动中要关注品牌形象,如飞利浦公司主打品牌万宝路品牌在国际上很有影响力。品牌公共关系是企业的关键部分,公共关系策划方案实施中时机选择非常重要,要注意避开重大节日,关注舆论大事件,避免公共关系活动重叠。在进行公共关系活动中要把握准确时机,对公共关系活动效果有关键性影响。公共关系活动中人气非常关键,要注重形式合理性,但品牌活动中忽视社会责任不利于企业形象塑造。

3.2 企业公共关系管理策略

公共关系策略对企业形象塑造非常重要,借助营销策略可以使企业在市场竞争中占据主动地位,如果竞争对手抢得先机,会使企业产品销售处于被动地位。建立良好的公共关系是塑造企业形象的重要因素,有些印象与实际不符,影响对企业的评价。需要大力改善公共关系,要在经济发展中坚持与地方相关利益者双赢,加强与地方政府等各方面沟通联系,积极争取地方社会各界的支持。建设良好公共关系是助推企业发展的动力源泉,有力的政策支持是企业发展的基础条件^[5]。要积极树立忠诚担当,守法合规的企业形象,注重典型示范作用,要适应企业发展内外形势,对外建立良好公共

关系,推动企业与市场时代与形势与时俱进,大力加强品牌建设。

3.3 企业公共关系管理措施

企业创立初期要注重提升影响力,公共关系管理重点是确保消费者对企业产生良好印象,保证企业发展策略顺利开展。企业要转变公共关系管理侧重点,要重视维护自身信誉问题,没有信誉的企业难以在市场竞争中立足。企业发展过程会面临设备更新等问题,需要维护企业的信誉,在巩固已有成就同时赢得消费者信赖。企业发展中会遇到风险,领导者要沉着冷静,采用机动灵活的方法进行宣传,加快公众对产品的接受度,保证企业平稳快速发展。公共关系管理人员要注重实事求是原则,转变经营策略,为企业打造积极向上的形象。公共关系部门要与政府沟通联系,在政府方面树立优秀形象。如北京奥运会期间,可口可乐公司为解决西部干旱地区引水问题筹资等,是企业开展公益事业的重要举措,增强消费者的好感。

企业内部公共关系是协调企业内部关系,提高企业素质,包括企业员工与领导关系,处理好员工与领导关系有利于企业顺利开展工作。公共关系管理中主要对象针对企业外部,包括企业与公众和媒体关系。企业制定公共关系策略包括企业形象公共关系、营销公共关系与赞助公共关系。企业在市场立足要有领先的技术优势,塑造良好的企业形象尤为重要,企业形象公共关系策略包括高层适度宣传。多数企业形象管理中把领导层宣传与企业战略目标结合,建立企业领导层平台实现企业形象塑造。企业参与活动要清楚活动项目与企业业务目标一致性,考虑参与活动对企业声誉的影响,要参

加一些非业务活动,为企业发展营造良好氛围。

4 结束语

良好的企业形象有利于提高企业竞争力,公共关系管理对企业形象塑造起到重要作用,保证企业的稳定发展。企业应认识到公共关系管理的重要性,为企业提升经济效益提供保障。公共关系管理人员要采取不同的管理策略,要注意结合实际调整管理方案,为企业提升形象提供有力保障。公共关系管理是长期系统工程,企业要提高对公共关系管理工作的重视,从机构与宣传入手,开展企业公共关系调查策划工作,实现企业稳定持续发展。

参考文献

- [1]董程.公共关系管理对塑造企业形象的作用[J].现代营销(经营版),2020(2):146.
- [2]郑仕杰.论公共关系管理对塑造企业形象的作用[J].知识文库,2018(12):245.
- [3]孟宇嫣.公共关系管理对塑造企业形象的作用[J].环渤海经济瞭望,2018(1):118.
- [4]庄雨楨.公共关系管理对塑造企业形象的作用[J].环渤海经济瞭望,2017(11):104.
- [5]赵晓倩.公共管理关系对塑造企业形象的作用[J].企业改革与管理,2018(13):182+186.