



2014兩會專輯 新領軍者

洞察先機 造就行業領軍者

楊日·奧美公關集團楊傑遜



■ 2013年，楊日·奧美公關集團榮獲PR Week (公關周刊) 頒發的亞太公關大獎。



■ 楊日·奧美公關集團成功完成香港癌症基金會所舉辦「粉紅革命」關注乳癌患者的一系列活動。

在廣告及公關界闖出了一番名堂的楊傑遜，是個十分能幹的智慧型現代女性，她做事拚搏，有條不紊，對市場的觸覺相當敏銳，總是能先人一步看到商機。擁有十多年做醫療公關顧問經驗的她，曾處理過沙士及禽流感的危急時期，可謂身經百戰。也是自那時起，市民開始更多地關注醫療新聞。加上近年市民對醫療、健康的資訊需求愈來愈大，導致醫療市場競爭增大，醫療公關工作應運而生。在大家還都不太了解為何為醫療公關的時候，楊傑遜已經看到了這個行業龐大的潛在需求，開設了自己的醫療公關公司。「醫療公關的目的，是希望透過公關關係策略，以及與醫護人員、個別病人、病人家屬、病人組織、醫藥界、大學及制定醫療政策政府部門的有效溝通，從而影響人的健康行為。舉個例子說，當我們展開對某種疾病的健康教育活動，我們見證不少市民由不認識這種疾病到認識，甚至明白到提早確診及治療的重要性。看到他們得到適切的治療，也覺得工作別具意義。」楊傑遜說。

港大工作 汲取經驗

楊傑遜曾任香港大學醫學院公關及籌款部主管，參與過不少項目，包括策劃SARS病毒新聞發佈會，為新醫學院籌款等。過往，港大每次發表研究成果，都由醫學院公關部安排發放，當年她上任就接手處理港大解剖殘肢棄置堆填區事件，又經歷過醫學院正名風波，期間更協助安排前國家總理溫家寶到港大醫學院參觀。此外，由於她本人勤奮好學，自學了不少醫學方面的知識，這讓港大不少教授對她的醫學知識及公關策略十分賞識。

「以前，市民普遍不了解港大醫學院的成立宗旨及科研工作，當年我的角色就是透過和傳媒的關係及安排參與社區項目等，拉近港大醫學院和市民的距離，我們安排市民參與院方組織的新聞發佈會、廣告宣傳，並幫助醫學院設計公關策略。」楊傑遜在港大醫學院時，她的拚搏努力是出了名的，那時的傑作，是每星期在各大報章出一篇健康教育的報道，為醫學院提升曝光率。

自參與大型籌款和宣傳工作以來，楊傑遜的努力獲得認同，2005年，她為港大醫學院贏得亞太區公關大賽「全年最佳公營機構企業傳訊金獎」亞軍，成為首所獲得Media Magazine頒發國際公關大獎的專上學府。此後，她又被委以重任，負責港大新校園「百周年校園」的公關工作，負責對外宣傳大學城的概念，包括安排記者會、公佈校園設計諮詢方案及聆聽市民及區議員訴求及意見，個中辛苦，實在不足為外人道也。



■ 楊日·奧美公關集團定期舉辦員工培訓。圖為員工與講者合影。

眼光獨到 搶佔先機

累積一定的人脈客源及資金積累之後，楊傑遜發現，醫療機構、醫藥界及很多醫療相關行業對公關的需求越來越大，而當時，香港還沒有任何一家專門從事醫療公關的公司。看到這一市場的她，果斷地決定，要與朋友合資開設「楊日公關公司」(Mind Resource)，開始嘗試自己創業，搶佔市場先機，為有需要的醫療相關行業提供最專業的醫療公關服務！她坦言，創業初期的辛苦至今仍令她難忘。「那時只有我一個，很多事情都要從零開始，一點經驗也沒有，所幸我得到藥界人士、醫療團體以及醫生們的支持幫助，得以有機會策劃及宣傳政府新聞發佈會等大型活動。」楊傑遜說道。

佔盡先機的楊日公關公司，在成立的第三年，就已在公關界小有名氣。楊傑遜多年來在工作中積累的客户網絡資源和她「拚命三郎」的名聲，讓公司的發展日益穩健。加之當時香港幾乎沒有其他從事醫療公關的公司，楊傑遜的公司成功吸引到國際大型公關集團——奧美的關注。而奧美最終也因為該公司是當時在全港醫療公關公司的領軍者地位，於2011年12月13日正式合併收購了楊日公關公司，成立了楊日·奧美公關集團。收購完成後，楊傑遜繼續擔任公司常務董事一職，而楊日也成為了奧美旗下的全球整合醫療公關服務機構Ogilvy CommonHealth在香港的分支公司，繼續為客戶提供楊日享譽醫藥產業的一貫優良服務，同時獲得奧美集團作為強大後盾。

新的發展 新的挑戰

「能夠和國際大集團合併，是我以前沒想過的發展。在大企業的工作，很講求工作流程和計劃，且對財務分析報告、股東會議及策略性規劃等方面的要求較高。而且由於加入奧美以後，工作以地域性項目為主，這也就是說，我肩上的責任比以前管理一家本地公司更大了。」楊傑遜解釋道。

大學主修公共行政的楊傑遜，擁有新聞學和公司管治兩個碩士學位。自組成「楊日·奧美公關集團」後，面對與以往管理自己公司不同的挑戰，她選擇積極面對，努力豐富自己的知識和能力。為此，她參加了科技大學與KELLOGG合辦的EMBA課程，該課程全球排名第一，集合全球頂尖管人。透過為期十八個月的計劃，可認識來自世界各地的高管。「從中我開闊了自身視野，對全球化思維有了更深層次的理解，課程豐富了我的人際關係網絡，並讓我有機會借鑒同學們營運生意的方式，同時課程又讓我學習到了很多財務學的知識。所以雖然公司業務繁忙，我仍然覺得值得花時間投資學習，因為我必須自我增值，以加強企業管理的知識。」她乾脆地說道。



■ 楊傑遜公司管治碩士學位畢業典禮。



■ 2010年，楊日·奧美公關集團成功舉辦「思覺失調關愛日2010」啟動典禮。



■ 為豐富自己的知識和能力，楊傑遜還參加了科技大學與KELLOGG合辦的EMBA課程。

繼續努力 開創未來

目前，公司的客戶包括香港頂尖的醫療機構、慈善機構及國際知名製藥品牌等，「例如現時一些醫療機構，會通過公關公司安排一些有關醫護知識的傳媒訪問，提升市民對不同疾病或藥物的認識之餘，亦可間接宣傳本港的優質醫療水平。」楊傑遜表示。未來，除了幫助西醫方面的客戶開拓內地市場之外，亦將努力開拓中醫市場，發展中醫宣傳的業務，例如吸引內地相關的機構來港進行臨床研究，醫療產業的品牌建設，甚至來港上市等。

楊傑遜還分享了成功要素，她指在創業過程中，應保持樂觀及堅定的信心，以面對各種困難，如行業上的轉變、團隊的打造等，遇到問題不應該逃避，應首先思考如何面對和解決問題，這樣有可能獲得成功。她又忠告時下希望加入廣告及公關行業的年輕人，不要害怕辛苦及困難，在年輕的時候多磨練對自己的未來是大有裨益的。

社會責任方面，楊傑遜一直是慈善組織「母親的抉擇」的義工，此外，她亦擔任一些慈善醫療顧問，希望能用自己所學的知識回饋社會。「我的理念是，使病人不會因為對某種疾病的認知不足，而感到孤單及無助，我們會提供所需的疾病支援，讓他們充分了解自己所得的疾病以及對抗的方法，不僅要治療他們的「身」，也要治療他們的「心」，讓患者有積極心態對抗疾病，這對病情的康復有好大幫助。」她解釋說。