
Introduction – Corporate Affairs

Michelle Liao
花旗公共事務處
Mar. 18, 2009



Agenda

- Background
- What is Corporate Affairs?
- What does Corporate Affairs do?
- What can Corporate Affairs do for you?
- Q&A

Background

企業的目的

- 賺錢?
- 服務人群?
- 打發時間?
- 其它?
- 企業的目的，就是通過提供產品和服務而為社會做貢獻。利潤是隨之而來的結果，也是企業持續經營的手段，但結果和手段都不是目的。就像人要吃 才能生存，但是大多數人活著不是為了吃 ；企業要賺錢才能生存，但是目的不應該是為了賺錢 – 摘自世界經理人雜誌

Background

企業的功能組織

- 產
- 銷
- 人
- 發
- 財
- 其它?

What is Corporate Affairs?

如果

您要成立一家公司，您優先考量的**目的**是什麼？

除了產、銷、人、發、財之外，您優先考量的**功能組織**有哪些？為什麼？

- 法律諮詢
- 法令遵循
- 風險管理
- 公共事務
- 作業管理

What is Public Relations?

- 企業的化妝師?
- 官方說法?
- 將黑的說成白的?
- 死不認錯?
- 每天交際應酬?

What is Corporate Affairs?

- More than Public Relations
- 首重溝通，扮演橋樑的角色
- 監理企業形象與名譽風險，像啄木鳥
- 擔任業務單位的夥伴，必要時，需影響經營策略
- Internal Communication (staff, cross-department, cross-border etc)
- External Communication (media, government, community etc)
- Corporate Social Responsibility
- Business support

Corporate Affairs 在企業的位階是什麼?

在本國企業? (Reactive, 後勤支援)

- 行政管理部公關科
- 總經理辦公室公關組

在外商企業? (Proactive, 副駕駛)

- Country level 高階主管?
- Function level 一級主管?

你的選擇會是? 為什麼?

What does Corporate Affairs do?

- 訂定內外部溝通策略
- 出版內部刊物，加強內部溝通，協助人力資源部辦理員工活動
- 撰寫講稿與新聞稿，安排媒體採訪
- 與媒體保持溝通，了解媒體需求，堅守公司媒體政策
- 支援業務單位發表新產品或服務，舉辦記者會或媒體 敘
- 協助業務單位進行客戶溝通
- 政府關係之建立與維繫，適時給予適當訊息
- 塑造企業形象，舉辦公 活動

What can Corporate Affairs do for you?

What can Corporate Affairs do for you?

- 增進利害關係人 (員工、客戶、媒體、政府、社區等) 對企業的了解
- 獲得利害關係人對企業的支持
- 過濾媒體的採訪要求
- 統一發言以避免訊息不一致
- 監理企業形象與名譽風險
- 危機之預防、管理與降低負面影響

身為企業負責人，每一次的發言或曝光，都會為企業留下不同程度的影響

Corporate Image

當你想到銀行，你想到？

當你想到花旗，你想到？

- 年齡？
- 性別？
- 穿著？
- 態度？
- 嗜好？

虎死留皮，人死留名。當你經營企業多年，你想留下什麼？

Pros and Cons of raising corporate image

Lower Profile

- Less exposed to criticism – less scrutiny
- Focus on the stakeholders who really need to know
- More chance of containing ‘bad news’
- Less of a target for NGOs, predators

But

- Less well understood
- Less support when needed

Higher Profile

- Attracts staff
- Attracts customers
- Helps us compete with other heavyweights
- Generates understanding of our strategy
- Attracts investment and opportunities
- Have to develop a thicker skin (criticism is inevitable)

Some criteria that stakeholders form views on reputation



- Media paying particular attention to financial performance
- Customers and media considering Products & Services
- What do employees think?
- Investors' view?
- Your own view?

Q&A

Q1: 金融業獲利來源與企業社會責任是否衝突?

- Vision / Mission / Goals

- 取之於社會，用之於社會

- For example: Equator Principles

The Equator Principles were developed by private sector banks – led by Citigroup, ABN AMRO, Barclays and WestLB – and were launched in June 2003.

The Equator Principles state that adopting financial institutions will provide loans directly to projects only under the following circumstances:

Scope: The Principles apply to projects over 10 million US dollars.

Principle: sustainable development and use of renewable natural resources, protection of human health, cultural properties, and biodiversity, including endangered species and sensitive ecosystems, use of dangerous substances, major hazards, occupational health and safety, fire prevention and , socio-economic impacts, land acquisition and land use, involuntary resettlement, impacts on indigenous peoples and communities, cumulative impacts of existing projects, the proposed project, and anticipated future projects, participation of affected parties in the design, review and implementation of the project, consideration of feasible environmentally and socially preferable alternatives, efficient production, delivery and use of energy, pollution prevention and waste minimization, pollution controls (liquid effluents and air emissions) and solid and chemical waste management.

Q&A

Q2: 花旗的公 活動有哪些?

A: Citi's vision – Build Citi as the most respected financial institution through community participation

Mission - Make where we work and live a better place

Deliver good corporate image

Maintain the leadership position in social participation among competitors

Strategies - Stay in line with Citi Foundation's goal and guideline

Enhance Marketing Communication to Promote Citi's Good Work

Cooperate with respected and capable NGOs

Alliance with leading media and websites

Q&A

Q2: 花旗的公 活動有哪些?

Foundation Grants	Microfinance and Micro-entrepreneurship	N.A.
	Small and Growing Businesses	N.A.
	Education	Read For the Future
		Citi Success Fund
	Financial Education	Citi On-line Financial Education
		Kids Wealth Foundation
		Dollars and \$ense
Young Adult Financial Literacy		
Credit Consultancy and Family Finance		
Environment	Young Adult Financial Literacy	
Local Funding	Education	Eco-tourism
		Adopt a School
	Building Communities	University Lectures Series
		Citi-United Way Fund Raising
		Children are Us
	Environment	Environment Month
Global Community Day		

Q&A

Q3: 花旗公共關係經營的成效?

- A: 內部溝通 - Monthly e-newsletter, memo from Group CEO, Asia CEO, Country CEO
- 客戶溝通 - Client letters, Client Q&A
- 政府關係 - Government letters, financial reports, updates
- 媒體關係 - Holding statement, press releases, press conferences, daily responses



Q&A

Q3: 花旗公共關係經營的成效?

A: 社會公

花旗在推動公 活動上，主要分爲三大主軸：

公 領域	歷年捐助總金額	估計受 人數	花旗義工投入人次
社區關懷與扶助	3億5千萬元，另外協助聯合勸募協會募集8億元善款給弱勢團體	58萬人	1600人次
金融理財教育	4千萬元	16萬人	830人次
環保領域	5百萬元		2400人次

在台灣，花旗義工服務內容包羅萬象，包括協助聯合勸募協會募款、幫忙喜憨兒包月、在大學教導金融實務研討課程、到高中職教導正確的理財觀念、協助小學理財戲劇演出，還有到偏遠小學說故事、爲弱勢的兒童進行陪讀等，這些不同的計畫都需要同仁們投入寶貴的時間及 力。

Q&A

Q3: 花旗公共關係經營的成效?

A: Awards –
2008

1-2	Finance Asia雜誌	最佳外商銀行 (連續11年) / 最佳貿易銀行
3-5	The Asset雜誌	最佳銀行/最佳購併投資銀行 / 台灣最佳次保管銀行
6	中國時報	台灣企業獎
7	歐元雜誌私人銀行調查	最佳私人銀行
8	天下雜誌	最佳聲望標竿企業 (連續14年)
9	經濟部	投資台灣最佳夥伴獎
10	全國商業總會	金商獎—優良外商
11	天下雜誌	最佳企業公民，外商企業組第二名
12	讀者文摘	信用卡信譽品牌金獎
13	金管會	「走入校園與社區辦理金融知識推廣活動」最佳參與獎
14	金融研訊院	「最佳社會責任獎」佳作獎
15	銀行公會	全國交費（稅）交易筆數最多第二名

Q&A

Q4: 需要哪些技巧?

A: 說學逗唱、允文允武

- 語文能力: 聽說讀寫
- 溝通能力
- 協調能力
- 了解產業、產品與服務
- 人際關係
- 抗壓性

Q&A

Q5: 金融風暴中，銀行如何改善社會觀感？CSR還在？

A: CSR 是長期的承諾，社會也因此願意給企業機會

Q&A

Q6: 經營銀行的黑幕?

A: 銀行是特許行業

制度問題

監理問題

內稽、內控比外部稽核更有效

Q&A

Q7: 財金系所學生與銀行從業人員應盡哪些社會責任？

A: 公司的願景

個人的承諾

常懷感恩的心、施比受更有

Case Study

1. 市場謠傳公司高階主管要跳槽，身為發言人，你如何回應媒體詢問？
2. 記者是你私人朋友，他說不會透露名字，請你表達有關公司財報之展望，你該如何應對？
3. 電視記者就別家企業的作為，詢問你個人的看法，你該如何應對？
4. 如果你不是被授權的發言人，接到媒體電話，你該如何處理？
5. 因為你是高階主管，媒體詢問有關公司內非你負責的事務，你該如何回答？

Media Policy – 謹供參考

1. 媒體政策的制定目的在於與媒體合作，以確保客戶和重要關係人都能獲得和公司營運相關的正確消息。企業的聲望是公司重要的資產，而傳達資訊給媒體的方式，會對集團的信譽產生影響。
2. 除有授權之外，任何人不得自行與媒體溝通。每一位發言人發表意見的內容範圍都有某種程度的限制。
3. 不對市場謠言或臆測作任何評價，在確認要宣佈併購或販售資產之前，不承認也不否認任何傳言。
4. 尊重客戶的隱私權，不透露客戶的名字或相關資料。
5. 我們使用公開資訊，不提市佔率、客戶數、或獲利等數據的細項；如決定要提供非公開的資訊，必須先和區域公共事務處討論。
6. 在同意發表任何談話或意見之前，確認媒體是否在場，如果是，同時也有可能發問，公共事務處人員也應該在場。
7. 如果你不清楚某一話題，告知記者你會再回覆，不要覺得沒面子。