

浅谈医药企业危机公关的重要性及措施

文 / 易楚斌 (上海臻楚医疗科技有限公司 上海 200070)

摘要: 如今,随着人们对生命健康的关注和对法律的认识,医患关系日益紧张。这对医药企业也带来了一定的影响。文中,主要就对医药企业危机公关的重要性进行分析,并就如何应对进行了探讨。

关键词: 公共关系 危机公关 措施

根据爱德华·伯尼斯定义,危机公关是指应对危机的有关机制,它具有意外性,聚焦性,破坏性和紧迫性。危机公关是指某企业或机构为避免或减少危机造成的严重损害和威胁,从而研究、制定和实施一套有组织、有计划地应对危机的管理措施和战略,其中包括危机解决、控制和危机结束后的产业恢复。在医患关系日渐紧张的今天,医药企业面临着严重的信任危机。所有类型的意外事件和危机都是无法避免的。此外,随着现代信息技术的发展与普及,流言信息蔓延迅速,危机影响重大。为此,医药企业重视危机公关显得尤为重要。

一、医药企业的特殊性

1. 产品的特殊性

医药企业的产品都与人的健康有关,是用来治病的,产品的特殊性决定了医药企业的特殊性。药品既具有一般商品的属性,又具有一定的特殊性,其主要表现在下面四个方面。

药品的专属性。主要体验在对症治疗过程中,即在医生检查、诊断之后依据患者自身病情、诊断结果和治疗效果进行合理的使用。

药品的两重性。“是药三分毒”,药既有治病防病的功能,也会对患者造成一定的不良反应,因此,药品必须在专业医师的指导下进行合理的服用,否则不仅无法治疗疾病,反而会威胁患者健康甚至生命。

药品质量的重要性。药品是医疗过程之中重要的物资,只有使用符合法定质量标准的药品才能有效治疗疾病。因此,药品只存在合格和不合格。

药品的限时性。首先,人们只有在生病的时候才会使用药品,但是,药品生产商家和药品销售点在平时就必须储备足够的药品,这样才能保证在需要的时候有足够的库存。其次,药品都有效期,有二年、三年不等。过效期的药品不能再用,必须销毁。

2. 生产加工的特殊性

所有的医药生产企业都必须具有 GMP 证书(药品生产质量管理规范),这个证书由国家食品药品监督管理局颁发,省级职能部门无权颁发。这就说明了药品生产加工的高度特殊性。化药企业的生产原料都是化学原料,有些原料是剧毒原料,生产过程中容不得有半点马虎。中药企业在生产过程中要就中药材进行前处理,污染严重。因此,

药企的生产必须严格按照 GMP 管理规范的要求,从环境、投料、生产工艺、产品的出库等都必须有一整套系统的管理要求。违背了生产管理规范,就会吊销 GMP 证书,企业只能停产整顿。医药企业生产的产品可以治病救人,但生产过程中稍不注意,产生的废气废物就会污染环境,毒害人的健康。

3. 销售的特殊性

医药销售企业也是许可证制度,必须有 GSP 证书,由当地药品监督部门颁发。药品的流通与其他产品是不一样的,药品生产——流通——终端(医院、药店)——消费者,而一般商品是 生产——流通——消费者。对于消费者而言,药品的消费是被动消费,医生说你要什么药,怎么治疗,消费者(患者)无从选择。近二十年来,医疗行业一直是新闻媒体报道热点,老百姓的关注焦点,政府的处理难点。

二、医药企业危机公关的重要性

现阶段,医药行业普遍不重视危机公关,但是,当药企出现危机的时候,往往有着生死存亡的影响。因此,做好危机公关工作显得十分重要。

第一,维护企业良好形象。医药是关乎国计民生,一直受到各界的关注。由于医师与要上之间的“灰色关联”,加上部分企业为了自身利益而产生的信誉问题,致使当前市面上存在许多不利于医药行业发展的负面新闻,我国医药企业遭受到社会各界的质疑,让医药企业面临着巨大的信任危机。为了维护企业的良好形象,就应该妥善地处理好企业公关危机。

第二,减少企业损失。企业危机的发生,会给企业带来致命的打击。若能有效地控制各种危险因素的发展,妥善处理各种危机事件,就能使企业及公众的直接损失减少到最低限度。2012年4月15日,中央电视台《每周质量报告》节目中曝光胶囊生产部分企业用生石灰处理皮革废料,经过脱色、染色、清洗,然后用工业凝胶煮沸,卖给浙江绍兴新昌的部分企业。在一些胶囊生存公司,用来制造胶囊的原材料代替了医用凝胶,最终进入病人腹部的“毒胶囊”,据相关调查显示,有9家制药公司生产的13批胶囊含铬量超标,对使用者造成极大的影响。这次事件给全国药企造成了巨大的危机。9家企业迅速采取产品召回报废处理,自查自纠等措施,减少损失。

第三,扩大企业影响力。医药企业是媒体关注的焦点,

虽然企业危机公关会使企业不良影响迅速扩展,但另一方面也可以为企业知名度的提高铺垫基础。只要企业能处理得当则可以借助媒体给自己做免费的广告,扩大自身的影响力。如何面对与处理危机,甚至变不利因素为有利因素,已经成为衡量一个企业成熟与否的标志。面对严重的公共关系危机局面,企业必须立即行动起来,通过各种措施,迅速控制危机事态恶化,理顺与各类公众和社会环境的关系,解决危机问题,扭转危机状态。

三、医药企业危机公关的应对措施

1. 在危机发生前进行有效预防

做好预防工作。造成医药企业危机的原因很多,有些是偶然因素,但大多数都是有一定变化的过程。各公司的管理者对日常收集的信息有深刻的了解,并随着时间的推移采取有效的预防措施,能够避免危机或将危机造成的损害和影响降到最低。因此,危机预防是危机管理的第一阶段。

一是对员工进行危机管理培训。增强员工的危机意识,可以提高企业抵御危机的能力,有效预防危机的发生。医药企业营销人员多,分布广,极易产生问题,员工教育显得十分重要。

二是对员工进行危机管理培训。培训的目的不同于教育,它不仅是为了进一步提高职工的危机意识,而且是为了使职工掌握危机管理知识,提高危机管理能力和应对危机的心理素质,从而增强员工危机管理水平和企业整体能力。

建立预防危机的预警系统。为了避免危机的发生,需要建立一个高度灵敏的预警系统。随时收集公众对产品的反馈,密切关注可能引发危机的各种因素和危机。同时,要考察竞争对手的现状,充分了解自己产品和其他商品的优劣性。此外,还要对收集到的信息进行识别、分类和分析,预测未来可能发生的危机类型和损害程度,必要时迅速发布危机预警。

设立危机管理机构。这是管理危机的组织保障。危机管理组织的具体组织形式可以是独立的全职组织或跨部门的管理小组,企业可根据企业规模灵活决定。从2018年起,国务院专门成立了应急管理部来负责国家的应急管理工作。说明国家层面对这一工作的重视。

制定危机管理方案。医药企业应根据可能发生的危机制定一套完整的危机管理计划。其中不仅需要明确如何防

止危机的爆发,还应制定具体在发生危机时如何具体应对,并注重运用媒体、官方的力量来实行危机解决方案。

2. 在危机发生后进行有效应对

危机发生后必须尽快启动危机处置预案,有效应对危机。具体措施是:

迅速。一旦发生公共关系危机,企业应迅速出击,第一时间到达现场,了解事实真相,查找前因后果,形成分析报告,上交有关部门。2016年12月24日中央电视台新闻观察报道上海华山医院等多家医院医生受贿的新闻,25日又连续报道浙江宁波招标丑闻。新闻报道后,某企业迅速启动应急公关,了解自己产品是否榜上有名,得知在内后,又派多人前往上海,进行调查,并迅速公关。结果该公司产品没有因此事件在上海全部停售。相反,另外一家企业产品一年在上海卖一个多亿,全部停止销售,并且长达两年。

果断。危机发生后,切勿优柔寡断,而必须以超强的魄力,果断决策。哪怕暂时损失,也毫不可惜。“毒胶囊”事件发生后,某大型企业涉及的产品批次最多,公司老板果断决策,停止市场销售该产品,并迅速召回价值五百万元的产品,全部在药监部门的监督下销毁。公司库存的空心胶囊与生产厂家协商,全部销毁,空心胶囊的货款损失全部由原生产厂家承担。某企业赢得了当地政府的好评。

发声。就是建立发言人制度。外交部有新闻发言人,国务院各个部委都有新闻发言人。目前,医药企业几乎没有企业有发言人制度。危机发生后,一方面要迅速处置,另一方面,要通过自媒体、主流传统新闻媒体发声,向公众通报企业的处理措施,让大众知情。发言人制度对危机处理产生积极的影响,减少公众对企业的不信任感,有利于危机的解决。

善后。一方面,当危机发生后如果是产品质量问题,要及时收回不合格产品和赔偿有关人员损失。如果是报道了企业销售人员向医生行贿的新闻,那必须在事情应急公关完成后,对相关人员进行处置,不留隐患。

重塑。就是对企业形象进行重塑。当危机出现的时候,企业的想象或多或少会遭受到不同程度的损害,哪怕公关危机得到妥善处理,但是不等同于公司形象得以恢复。因此,展开弥补形象缺项的公关活动是必要的,用以抵消不利的负面影响,从而重塑企业形象,让公众从根本上改变对企业不良印象。

参考文献:

- [1] 林欣欣,企业危机公关与危机管理探析[J],经营管理者,2009,(17):110.
- [2] 刘凤兰,论危机公关与企业形象[J],现代经济信息,2009,(18):83
- [3] 马骋,论危机公关的重要性与企业的应对策略[J],管理纵横,2013,(33):135-136
- [4] 宋丹.企业危机公关下的广告策略调整研究[J].传媒论坛,2020,3(02):166-167.
- [5] 余佳联.对新媒体环境下企业危机公关的策略探讨[J].国际公关,2020(01):25.
- [6] 肖彬.企业危机公关中的舆论引导策略研究[J].现代经济信息,2019(12):97.
- [7] 吕烨馨.互联网时代下企业危机公关得失分析[J].企业科技与发展,2019(05):295-296.
- [8] 万伟.Y医药企业营销危机管理研究[D].福建师范大学,2017.
- [9] 江诗丝.我国医药企业品牌传播的问题与对策[D].重庆工商大学,2016.