

大話 公關



人際溝通的
7個智略錦囊

公關是——讓自己無可取代，讓別人無可拒絕；
公關是——以媒體的想法來面對媒體；
公關是——樹立形象、提升效率；
公關是——信譽第一，顧客至上；
公關是——管理的藝術。

Public
Relation



應運生◆編著

國家圖書館出版品行編目資料

大話公關：人際溝通的 7 個智略錦囊 / 應運生
編著。-- 初版。-- 臺北市：恆星國際文化，
2001〔民 90〕

面：公分。--（商研誌）

ISBN 957-30183-1-4（平裝）

1. 公共關係

541.84

90014888

商研誌 BA2004

大話公關

——人際溝通的 7 個智略錦囊

Printed in Taiwan

作 者／應運生
責任編輯／林美玲

發行人／羅順楷
叢書主編／洪季楨

發行所／恆星國際文化事業有限公司
地 址／台北市中正區(100)羅斯福路二段 7 之 5 號 12 樓
電 話／(886-2)2393-0085
傳 真／(886-2)2341-1779
E-mail／hengsings67.hinet.net
郵政劃撥／19606222 · 恆星國際文化事業有限公司

製 版／辰皓國際出版製作有限公司
書店經銷／成信文化事業股份有限公司
服務電話／(886-2)2249-6108
服務傳真／(886-2)2249-6103

定 價／180 元
I S B N／957-30183-1-4
出版日期／2001 年 10 月 1 日 初版一刷

- ◎ 本書內文、封面、版面之著作權由恆星國際文化事業有限公司享有，未經同意擅自翻印、改作或以其他方式侵犯著作權者，著作權人當依法追究其民、刑事法律責任。
- ◎ 欲利用本書全部或部分內容者，須徵求恆星國際文化事業有限公司同意或書面授權，請洽編輯部（電話：886-2-2393-0085）。

如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司調換

CHAPTER 1 個人公關 9

1. 讓自己無可取代，讓別人無法拒絕 11
2. 友誼是寒冬中的溫暖 19
3. 只有機靈的魚才能在詭譎商海中暢游 29
4. 每個人都有飛黃騰達的可能 37
5. 辯才無礙的技巧 45
6. 藝術化的應酬 53
7. 社交變色龍 59

CHAPTER 2 政府公關 65

1. 政府公關失誤的典型——水門事件 67
2. 政府平息「核能恐怖」的公關對策 77





3. 出色的公關阻止美參議院通過提案	85
--------------------	----

CHAPTER 3 名人公關 93

1. 利用名人為蔓越莓宣傳	95
2. 法國策劃的公關傑作	101
3. 邁可為「玉婆」擔任司儀	107

CHAPTER 4 公關媒體 115

1. 公關關注的焦點——新聞界	117
2. 與新聞界建立友好關係	125
3. 三十五通緊急電話	135
4. 製造新聞的鴿子事件	143

CHAPTER 5 企業・公關・顧客 153

1. 波音七四七客機 155
2. 寶齡 (P & G) 161
3. IBM 169
4. 布蘭希保險公司 177

CHAPTER 6 內部公關 181

1. 組織內部的淤積問題 183
2. 松下幸之助 195
3. 管理的藝術 205

CHAPTER 7 新公關趨勢——網路公關 211



大話 公關



應運生◆編著

前言

公關的目的是藉由任何一種溝通形式達成預期目標。稱職的公關，在於是否掌握適當的溝通工具、純熟的溝通技巧，並能在達成目標的同時，創造雙方最大的利益與價值。

本書採取小角度擷取的方法，逐步探討社交公關、新聞傳媒公關、政府公關、名人公關、顧客公關、員工公關等幾部分來構築的公關大廈。另外，由於網路已成現代人溝通與獲取資訊時不可或缺的工具，透過網路優勢衍生的網路公關，儼然成為新公關趨勢。一個優秀公關人才，必然也是一個擅於掌握趨勢溝通的高手，本書將於第七章教你網路公關技巧。

編者無意充當教條的代言人。筆之所及，注重案例分析，既有感性認知，也有理性昇華，其間，更為讀者朋友展示一片自由發揮的空間。

同時，編者也注意到，公關在當今社會與人們密不可分，從國家大事、各種企業組織，到每一個普通個體，凡是需要與





◎ 目錄

4

人交往的地方，無處不滲透著公關。目前，公關仍是一個有待繼續深入研討的課題。而在研討的過程中，必須保證有足夠的典型材料，我們希望此書的編撰能夠提供一些幫助。

本書的編撰參考了國內外大量的公關案例、報導等資料，藉本書出版之際，編者特向提供資料的機構與朋友表示衷心的感謝，並敬請廣大讀者指正。

CHAPTER 1 個人公關 9

1. 讓自己無可取代，讓別人無法拒絕 11
2. 友誼是寒冬中的溫暖 19
3. 只有機靈的魚才能在詭譎商海中暢游 29
4. 每個人都有飛黃騰達的可能 37
5. 辯才無礙的技巧 45
6. 藝術化的應酬 53
7. 社交變色龍 59

CHAPTER 2 政府公關 65

1. 政府公關失誤的典型——水門事件 67
2. 政府平息「核能恐怖」的公關對策 77





3. 出色的公關阻止美參議院通過提案	85
--------------------	----

CHAPTER 3 名人公關 93

1. 利用名人為蔓越莓宣傳	95
2. 法國策劃的公關傑作	101
3. 邁可為「玉婆」擔任司儀	107

CHAPTER 4 公關媒體 115

1. 公關關注的焦點——新聞界	117
2. 與新聞界建立友好關係	125
3. 三十五通緊急電話	135
4. 製造新聞的鴿子事件	143

CHAPTER 5 企業・公關・顧客 153

1. 波音七四七客機 155
2. 寶鹼(P & G) 161
3. IBM 169
4. 布蘭希保險公司 177

CHAPTER 6 內部公關 181

1. 組織內部的淤積問題 183
2. 松下幸之助 195
3. 管理的藝術 205

CHAPTER 7 新公關趨勢——網路公關 211



個人公關

CHAPTER 1

你已經別無選擇。現在的世界就是社交的世界。但是，如果你想在這裡找到永遠適用的技巧，我勸你還是早點走開，因為我只能給你啟示和鼓勵。

1 讓自己無可取代，讓別人無法拒絕

銀行大王萊菲斯特的「奇遇」

法國銀行大王萊菲斯特並不是天生的銀行天才。年輕時，他與其他貧困家庭的孩子一樣，生活沒有著落、三餐不濟。但是，萊菲斯特並沒有因此而失去對生活的熱忱和信心，他相信自己終會出頭。

他曾經到過五十家公司求職，但由於他衣著並不整潔，行為也沒有什麼特別之處，所以他被拒絕了五十次。

第五十一次，他走進一家銀行經理的辦公室，在交談了十幾分鐘後，他又被婉言拒絕了。

當他走出辦公室時，他的腳跟被大頭針刺了一下，他這時更加沮喪，心想：「運氣





真他媽的壞透了，連大頭針也和我做對。」他想邁過去，繼續出去找工作，因為時間對於飢餓的肚子來說，總是最珍貴的。但是他想到自己被刺了，可不能讓它再害人，於是萊菲斯特彎腰撿起了這枚大頭針。

出人意料的是，一週後萊菲斯特收到了該銀行的聘用信。當然，這使他欣喜若狂，但也百思不得其解：為什麼銀行先前拒絕了他，而現在又要聘用他？

原來銀行經理把他彎腰撿拾大頭針的行為看進眼裡，從這個細小的行為，他看到了萊菲斯特的謹慎、心地善良的一面，因此決定錄用他。

萊菲斯特就以這家銀行為基礎，透過自身的努力，一步一步走上了法國銀行大王的寶座。

從萊菲斯特的「奇遇」中，我們應該看出這些：首先，他對自己始終充滿了信心，並沒有因自己出身貧寒或者被拒絕了五十次而氣餒。他終於在第五十一次得到了他想得到的東西。其次是公關的人品，在任何領域，如果你沒有一顆正直而善良的心，那麼你所做的都有可能被別人所利用，而走上邪路。最後，我們得感謝那位善於從小處中發現人才的經理，他是慧眼識千里馬的伯樂，從某方面而言，是他造就了這位名震四方的銀行大王。