

公关实务与技巧

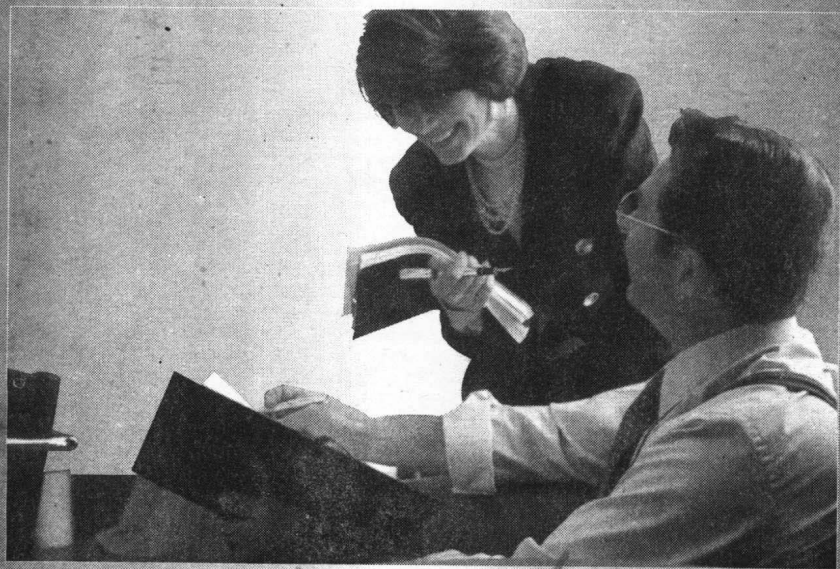
李卓民 李永泉 编著



山西经济出版社

公关实务与技巧

李卓民 李永泉 编著



山西经济出版社

东65A-4

公关实务与技巧

李卓民 李永泉 编著
林 琳 晋 安

山西经济出版社

书 名：公关实务与技巧

作 者：李卓民 李永泉 林 琳 晋 安

出版者：山西经济出版社（太原市并州北路 11 号

邮 码：030001 • 电话：4044102）

发行者：新华书店

印刷者：陕西省建筑印刷厂

开 本：850×1168 1/32

印 张：16

字 数：373 千字

印 数：00001—12000 册

版 次：1996 年元月第 1 版 1996 年第 1 次印刷

书 号：ISBN 7—80577—916—3/F • 915

定 价：19. 80 元

责任编辑：田 玫 陆 军 社长：陈宗华 总编辑：张凤山

前 言

近年来，公共关系热席卷神州大地。公共关系的研究机构、研究专著、介绍文章、培训、教材以及有关培训班如雨后春笋般相继问世。一些院校还专门设了公关学课程，公关工作作为社会就业的热门职业备受世人注目。

公关一词是新出现的，但公关的有关内容、活动都是古已有之，硕果累累。使公关学赋予现代化内涵的是1903年美国人首次创立了第一个公共关系咨询公司，以后公共关系逐步成为一个极为重要的新兴产业，形成公共关系学学科。80年代以来，现代公共关系产业、公共关系学学科开始引入我国并在各领域得到广泛运用。

公共关系学是企业生产社会化、发展规划化、产品市场化的必然产物，是当今世界科学“整体化”发展趋势的产物。人们对公共关系常有一种误解，把公关当成单纯的一种外交手段，甚至公关就是不择手段地拉拢骗取客户。其实，公共关系是一门集科学、艺术、管理为一体的综合性、实践性很强的管理学科。良好的公共关

系是企业增强凝聚力,拓展市场业务所应必备的,是树立社会形象的关键所在;进而表现在市场营销上,为企业提供市场调查、预测,研究经营策略和促销手段等。这是公关学之所以在当今经济、社会活动中备受青睐的原因所在。

目前市场上有关公共关系方面的著作很多,本着实用,易读的原则,在广泛收集和参考了有关资料的基础上我们特意编写了《公关实务与技巧》一书。为喜爱公共关系的朋友们提供一个知识性、趣味性和可操作性于一体的普及读本。全书分为“待人接物”、“说服艺术”、“社交礼仪”、“谈判技巧”、“攻心计谋”、“商务战术”六个篇章近二百条。从具体事例入手并进行理论阐述。

侯西安同志为本书的编辑做了大量工作,在此表示感谢。由于水平所限,书中还存在着不少缺点和不足,请广大读者批评指正。

编 者

1995年12月

目 录

接人待物

1. 成功的为人处世之道 (2)
2. 保持距离的作用 (6)
3. 如何与上司相处 (10)
4. 惯性思维的作用 (13)
5. 回绝的技巧 (16)
6. 批评的艺术 (19)
7. 幽默术的妙用 (23)
8. 尊重对方的秘密 (28)
9. 学会克制自己 (31)
10. 避免争吵的良方 (35)
11. 解除被动的方法 (38)
12. 如何让别人尊重自己 (42)
13. 面临窘境时的应变术 (46)
14. 学会讨人喜欢 (49)
15. 高力士的公关手段与冲突调解 (52)
16. 巧用冲突效应 (55)
17. 匿怨而友宽容待人 (57)
18. 纠正别人错误的技巧 (60)
19. 辨别性格的技巧 (62)

20. 邻里串门注意事项·····	(64)
21. 微笑的魅力·····	(66)
22. 求职的方法·····	(70)
23. 鉴别友谊的方法·····	(75)
24. 如何交朋友·····	(78)
25. 学会察言观色·····	(81)
26. 社交魅力的塑造·····	(85)
27. 认错人的化解法·····	(89)
28. 跳舞的社交价值·····	(92)
29. 怎样才能合群·····	(94)
30. 怎样做好下级·····	(96)
31. 要学会容忍不同的观点·····	(99)
32. 不使自己难堪的技巧·····	(101)
33. 不可轻易吐露真情·····	(102)
34. 不要轻易冒犯别人·····	(104)
35. 避免欲盖弥彰·····	(106)
36. 怎样与异性相处·····	(107)
37. 与亲人相处的技巧·····	(108)
38. 与不好交往的人怎样相处·····	(110)

说服艺术

39. 学会说话的艺术·····	(113)
40. 多讲文明用语的心理效应·····	(118)
41. 没话找话的技巧·····	(121)
42. 怎样劝说别人·····	(125)
43. 回答提问的最佳方法·····	(130)
44. 怎样控制讲话的场面·····	(134)
45. 数字的巧用·····	(139)

46. 怎样挽留人才?	(143)
47. 委婉表达的好处	(148)
48. 求职应聘的应答技巧	(152)
49. 汉英社交语言的差异	(156)
50. 怎样选择最佳谈话角度	(159)
51. 模糊语言的魅力	(163)
52. 语序变换的妙用	(166)
53. 交谈七要素	(169)
54. 怎样安慰悲痛中的人	(172)
55. 以问代答的方法	(175)
56. 幽默对话的技巧	(178)
57. 如何处理忌讳语言	(183)
58. 公关中的表情语言	(186)
59. 忘记说辞的急救法	(189)
60. 巧释妙解的方法	(193)
61. 交际语言的识破区	(197)
62. 交际语言的逻辑运用	(201)
63. 公关演说要有“动情点”	(205)

社交礼仪

64. 设计好你的公众形象	(210)
65. 首次交往中的自我介绍	(214)
66. 社交十戒	(217)
67. 毕业生求职应试的技巧	(219)
68. 良言一句三冬暖	(224)
69. 怎样塑造美的交际形象	(227)
70. 记忆姓名的艺术	(230)
71. 礼仪与企业交往	(234)

72. 怎样打电话	(239)
73. 宴请的礼节谈	(243)
74. 眼神的技巧	(246)
75. 外国人的接访、餐饮礼仪	(248)
76. 学会用些新潮礼仪	(251)
77. 送花的艺术	(253)
78. 送客做客的学问	(256)
79. 不使对方为难的技巧	(258)
80. 请客吃饭的技巧	(260)
81. 送小礼品的学问	(262)

攻心计谋

82. 曲解人意的妙用	(265)
83. 答非所问的技巧	(269)
84. 以瑕衬美的技巧	(273)
85. 怎样解除别人的误解	(277)
86. 假口于人的技巧	(280)
87. 玩笑的妙用	(284)
88. 两面三刀的运用	(288)
89. 巧用逆反心理	(292)
90. 夫妻对话的艺术	(294)
91. 出奇制胜的反常行动	(296)
92. 公关创意的共鸣点	(298)
93. 公关危机的处理	(304)
94. 企业公关谋略的妙用	(309)
95. 东京轰炸与公关营销	(313)
96. 政府公关新创意	(316)
97. 钻空子的高招	(320)

98. 克林顿的公关失误	(323)
99. 牵制对方的谋略	(329)
100. 回避是公关的特殊艺术	(333)
101. 暗示是企业走向成功的魔术	(335)
102. 新颖创意的效应	(338)
103. 处理投诉的技巧	(342)
104. 求异思维的轰动效应	(346)
105. 多想些奇招	(348)
106. 成功营销十二招	(351)
107. 美国微点公司反通用公司吞并的招术	(356)
108. 挽救“霞飞”的谋略	(359)
109. 大火后的阿波罗公司回生有术	(361)
110. 公关活动使“死刑产品”重获新生	(363)
111. 地震后的墨西哥何以重振旅游业	(366)

谈判技巧

112. 善听弦外之音	(369)
113. 回避难题的技巧	(371)
114. 选择好谈判的地点	(373)
115. 一个人谈判的技巧	(376)
116. 两个人谈判的技巧	(379)
117. 如何解决分歧点	(381)
118. 营造良好气氛的技巧	(383)
119. 运用意志取胜的技巧	(386)
120. 谈判中掌握时间的技巧	(388)
121. 瞄准谈判的对象	(390)
122. 谈判中怎样运用时间	(392)
123. 诱使对方陶醉的技巧	(394)

124. 说到做到的技巧·····	(396)
125. 谈判前需保持良好的精神状态·····	(398)
126. 让步的技巧·····	(400)
127. 谈判的策略·····	(403)
128. 谈判取胜之道·····	(415)
129. 不要滥用“外文辞令”·····	(418)

商务战术

130. 公关广告的技巧·····	(422)
131. 为何寻找“美媛春”·····	(429)
132. “差补效应”的运用·····	(431)
133. 揭短映长的技巧·····	(434)
134. 公关广告中的“琵琶反弹”术·····	(436)
135. 广告的承诺技巧·····	(439)
136. 广告制作技巧·····	(443)
137. 美国总统选举中的广告活动·····	(448)
138. 阿迪达斯的应誉术·····	(452)
139. 借助纪念活动促销·····	(454)
140. 国光集团重奖高考状元引起轰动·····	(455)
141. 借助卡通形象的攻关战·····	(457)
142. 红楼梦酒厂的亚运“状行酒”·····	(458)
143. 没有广告味的广告·····	(459)
144. 借助社会公益事业扬名的技巧·····	(460)
145. 北欧世家皮革近年的名牌战略·····	(461)
146. 铁路上飞驰着“古井号”·····	(463)
147. 杨森公司的三角形公关模式·····	(464)
148. “红脸”绿巨人独步市场的战略·····	(466)
149. 巧借明星做“活广告”·····	(467)

150. 霞飞巧设“夜间应急电话”	(469)
151. 故意起诉的宣传战略	(470)
152. 泸州老窖的广告窘境	(471)
153. 三菱公司巧做生日广告	(472)
154. 服装推销的“糖衣炮弹”	(473)
155. 强力啤酒借免费饮造活动价值	(475)
156. 百事可乐靠互惠开拓市场	(476)
157. 汉堡包公司奖励广告词的义务宣传员	(478)
158. 多背广告词面包公司制造“抢劫”风波	(479)
159. 滴水之情引来学子涌泉相报	(481)
160. 利用电话号码的运输公司	(483)
161. 巧技高考中字做活广告	(484)
162. 绿叶科技产业公司的天安门城楼公关战	(485)
163. 丰田公司在美国改变形象之战	(486)
164. 乔治旅馆在流浪者强占旅馆时的公关措施	(488)
165. 销毁全部自己的产品的公关手段	(489)
166. 借鸡生蛋的广告技巧	(491)
167. 在柏林墙推倒的最后一刻西铁城占领德国	(492)
168. 企业花钱买桥名	(493)
169. 震旦公司何以万元机器卖 1 元	(494)
170. 登月火箭上天却让日本电视机畅销	(495)
171. 明赠暗赚	(496)
172. 福特公司的“猎鹰”车大游行	(497)
173. 为丰田公司夺回市场的惊险广告	(498)
174. 松下公司不合常规的一次经销	(500)

待人接物

为人处世、待人接物是人生旅途一个极重要的内容，人生在世，不可能两耳不闻窗外事，不可能与人老死不相往来，尤其是在现代社会生活中，交往处世对人们的学习、工作和生活发挥着越来越重要的作用。为人处世的实质是为了更好地适应社会，只有适应了社会的人才可能在人生的大舞台扮演一个较好的角色。从古到今，研究处世理论的书籍称得上汗牛充栋，但为人处世、待人接物更注重的是在现实生活当中经验的积累，实践的运用。为此，本篇着重介绍了为人处世的手段、途径、方法和技巧。

1

成功的为人处世之道

每个人都希望世界能围绕着自己的中心转。人都有可能创造奇迹，关键要看个人如何把握机会，怎样认识人生。许多微小之中蕴藏有博大，许多短暂之中孕育着永恒，辩证思维的哲理贯穿于万事万物。世上无难事，只要肯登攀。每个人都有成功的可能，但仅有战胜困难的勇气不够，还得练就百折不悔的心志掌握为人处世的窍门才成。为此要注意以下几个因素。

(1) 入世进取。古人是讲究入世的，这种入世表现出一种积极进取的精神状态。有了这种内心的积极状态，就容易锻炼坚强的意志。人的生活当然要受到周围环境的制约，但人的思想在这样一种进取精神支配下就会变得很宽。人显然是为了思想而生的。横泻八百里，纵横五千年，却被一颗小小的心包容。思想出智慧，得法天地宽。积极进取的精神，是创造之神。

(2) 健康身心。强健的体魄始于“健康意识”的雕塑。如果你的雕刻刀能把握心理、生理、环境三方面的平衡你就能雕塑幸福和成功。

(3) 脱离恐惧。有七种恐惧，即贫穷、批评、失意、失去爱、年老、死亡、疾病和身心疾苦。被恐惧所笼罩的人，不会

是自由、富裕的，更无法走向成功。事实上，所有伟大的人在一般人眼里都有那么点疯狂。他们被人说成疯狂，是因为他们不悲伤，不忧虑，不为琐事烦恼，他们每时每刻都充满自信，充满热情，充满执着。正因为自信而热情，于是他们在人际中充分显示出生命的活力。

(4) 希望未来。希望是人的内心最佳状态的先驱，是人的快乐的必然基础。应当认识到人是一切的中心，应当以人作为世界的轴心。人真正的完美不在于拥有什么，而在于希望什么和怎么做。希望是吉祥鸟儿，人的活动如果没有希望之神的鼓舞，就会变得庸俗低沉。要学童心未泯的孩子，他们从不怀疑未来的希望。

(5) 增强信念。信念是力量，它将思想的普通容量转换成它们精神上的等价物。将无限智慧转化为实际途径。如果把人生比之为一个杠杆，信念则好像是它的“支点”，具备了这个恰当的支点，才可能成为一个强有力的人。

(6) 共享福祉。人与人是相互支持的同时会从拥抱中得到力量。任何人都不是完整的，事业和朋友是人的生命的一部分。那些没有掌握与别人分享自己福祉这门艺术的人，就没有寻找到幸福的门径，因为幸福主要来源于自己与别人共享。

(7) 开阔内心。任何一个进步的体系，都是豁然开放的，不然就会丧失其发展的可能性，因而也丧失其进步性。一个人赢得善射的美名首先并非由于弓箭好，而是由于目标明确。宁可花一天好好思考，也不要一周蛮干徒劳。不满是向上的车轮。只有那些站在巨人肩上集思广益永远开放内心的人，才是真正有教养的能够创奇迹的人。他们永远处于接受教育，获取知识的状态，从而使其可以拥有自己的内心并导向成功的目标。

(8) 高瞻远瞩。做一个事业家光有一个合乎逻辑的头脑是

不够的，还要具备独特的气质。应该天真而不幼稚，勇敢而不鲁莽，热情而不冲动，乐观而不盲目，谨慎而不拘泥，倔强而有原则；他依照改变环境的决定来塑造自己。自律是人完全拥有自己的内心并将其导向他所希望的目标的必由之路。

(9) 迎接挑战。没有什么人能够比这人更富有：他热爱生活并在生活中优化自己的性格，使之充满魅力：如果生活是挑战，就迎接它；如果生活是赠予，就接受它；如果生活有风险，就承担它；如果生活艰难，就战胜它；如果生活有悲剧，就正视它；如果生活是责任，就完成它；如果生活是神秘，就探索它；如果生活是困惑，就消释它；如果生活是爱恋，就钟情它；如果生活是旅程，就坚定地走下去；如果生活是金曲，就放声歌唱它；如果生活是目标，就努力去实现它！

(10) 理解别人。理解是友谊的基础，是人与人之间和谐合作的基础。把侧重点放在尊重人，信任人，关心人，爱护人上，满足每一个自我发展，自我完善的正当要求，社会才能发展，事业才能兴旺，生活才能美好。

(11) 开拓创新。智慧是成功的源泉，是进取作为的灵魂，它能为人提供一种改变人生和社会各种场面的方法、能力和本领。有智慧的人能摆脱困境，绝处逢生。无智慧的人只能望洋兴叹，一事无成。拥有走向成功的思想、道德、智慧、谋略等精神财富，才可能将人生的物质财富吸引过来。智慧就是勤奋。常言说百分之九十的勤奋加百分之一的天才。看来主要的因素还是个人后天不懈的努力。因此，要求取积极入世的条件，最终的希望只能是以勤奋取得。

(12) 人际和谐。具备了上述条件，还必须要有和谐人际关系，这堪称成就大业的基础。真诚的友谊是人生最美好的无价之宝，它需要用忠诚去播种，用热情去浇灌，用原则去培养，用谅解