

离你生活最近的
袖珍口袋书

实用珍藏版

FOLLOW ME

卡耐基实用公关必备教程

跟我学公关



李建康 编著

个人公关时代已经来临，
全面破译公关要点，
披露谈笑风生的秘诀，令你洞悉人心。

中国言实出版社

跟我学公关

卡耐基实用公关必备教程

李建康 编著
中国言实出版社

图书在版编目(CIP)数据

跟我学公关/李健康编著.

-北京:中国言实出版社,2004.6

(跟我学系列口袋书)

ISBN 7-80128-531-X

I. 跟… II. 李… III. 公共关系学—基本知识

IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 005349 号

责任编辑:张 青

责任校对:王一兵

封面设计:朴 磊

出版发行 中国言实出版社

地址:北京市朝阳区北苑路 180 号加利大厦 5 号楼 105 室

邮编:100101

电话:64924761 64924716

E-mail:zgyscbs@263.net

经 销 新华书店

印 刷 北京慧美印刷厂

版 次 2004 年 6 月第 1 版 2004 年 6 月第 1 次印刷

规 格 880×1230 毫米 1/64 总印张 47.5

总 字 数 1500 千字

印 数 1-5000 册

定 价 100.00 元(全十册)

前 言

“公关”即公共关系，是一门新兴的实用学科。在国外已有 80 多年的历史，而我国是在改革开放后才出现“公关”一词的。曾有一部名叫《公关小姐》的电视剧，让中国人开始粗略地知道了公关是怎么回事，公关人是干什么的。

1984 年，广州白云山制药厂设立了公关科，这是我国第一个真正意义上的公关机构。不久，中国社科院新闻研究所成立了中国第一个公关科研组织，由著名公关学学者、研究员明安香先生担任组长。1984 年 12 月 26 日，明安香先生在《经济日报》发表《如虎添翼——广州白云山制药厂的公关工作》、《认真研究社会主义公共关系》两篇文章。这是我国首次公开发表有关公关方面文章和评论。1985 年，明安香先生出版了我国第一部公关学术著作《塑造形象的艺术——公关学》，标志着我国开始系统研究公关关系学。

到今天，公关这种特殊的“社会沟通”功能，在我

国已经存在并发展了 20 年,许多专门从事公关的公司都有相当多成功的经典公关案例。比如:中国环球公关公司为联合利华策划的奥妙洗衣粉营销活动、大连明天集团连锁企业品牌公关策划、宝洁公司的“舒肤佳”医疗保健公关活动、感冒药知名品牌“康泰克”的危机处理公关等。

可是,很多人包括很多正在从事公关工作的人,并没有真正了解公关的真谛和实用技巧。一些学者往往只是熟谙公关理论,一到实践中就不知所措;一些从业者往往只知埋头苦干,不懂得用理论指导提高自己的公关技巧;更有人是在凭借自己的社会经验和人生阅历,甚至是用权力和背景网罗而成的“关系网”,从事公关活动。

为了使更多的人掌握公关技巧,尤其是帮助从事公关策划和操作的人员提高业务能力,我们编写了本书。在书中,我们向读者全面介绍了公关知识和技巧,相信能助你走出公关误区,更加成功地开展工作。

编者

2004 年 1 月

目 录**第一章 公关基本要领 001**

一、什么是公关 003

二、如何构建自己的公关体系 010

第二章 公关处世的方法 065

一、心理训练 067

二、公关处世诀窍 075

三、公关处世禁忌 096

四、避免不恰当的公关手腕 125

五、人际公关 128

六、公关的心理障碍 135

七、进退自如的特殊场合公关方法 140

八、公关中的魅力运用 153

第三章 商业公关活动的运作 163

一、举办商业公关活动 165

二、在所有的公关场合左右逢源 171

三、职场公关艺术 203

第四章 公关案例精选 227

一、从“危机”到“商机” 229

——中国环球公关公司为中美史克
解决“PPA 事件”危机公关案例

二、“一切美好从今日开始” 250

——余明阳 CI 专家团为今日集团
导入 CI 公关项目

三、软件巨擘 资本骄子 255

——北京用友软件股份有限公司国
内 A 股上市财经传播案例

四、探求“奥妙”降价的奥妙 264

——中国环球公关公司媒介关系公
关案例

五、微笑洒一路 健康伴终生 271

——高露洁“口腔保健微笑工程：
2001 西部行”医疗保健公关案例

六、大型公共事务策划案例 283

——广州工业产品设计传播公关
策划

七、“白猫”集团外滩公关旋风行动 287

——公共事务与品牌宣传策划案例

第一章

公关基本要领

一、什么是公关

公关是以提升人际关系为本质和功效的、人与人之间、人与社会团体之间、社会团体与社会团体之间的协调和统一的手段，是为了达到某种目的而进行的活动。在经济发达的今天，公关作为一项最基本的技能和手段，正广泛应用于社会生活中。

以前很多人认为，“个人公关”是属于政治人物、演艺人员等“公众人物”的专用，或者以为“个人公关”是那些从事推销业务方面的从业人员才需要注意的技巧。事实上，在目前竞争激烈的社会中，每个人都需要“个人公关”，无论是在工作上或科学研究中。就算是一名学生或是一位家庭主妇，也都需要一些“个人公关”的知识和技巧。就以家庭主妇而言，如果她懂得“个人公关”的重要，那么她的家庭关系、亲友关系、邻里关系，甚至于社会关系，都一定做得比一般家庭主妇要好，她不但会有成就感，同时她生活的幸福感也随之提高。

事实上，想要在事业、生活上成功，“有谁认识你”是最重要的。

才华横溢、经验丰富或技术过人固然都不错，但真正能让你超越别人、成功致胜的，却是你的人力资

源,即你所建立的人际关系网络。有些人仍有个人主义情结,相信单凭自己的力量便能成功。凭着自食其力也许可以在原始森林中求生,但在现今的工作中,这一套可能完全行不通。互相依赖已是自然定律与生存法则,在今天的社会,我们已无可避免地和有过节的同事、朋友与竞争者相互纠结在一起。全球性的通讯网络更使擅长公关的人在极短的时间内,迅速与他人建立起广泛的人际关系。

公关基本要领如下:

1. 公关网络的含义

公关网络,通常是指人际间频繁交往所形成的相对稳定的活动范围。人际网络是一个互相交换信息、意见、想法与相互介绍朋友、熟人,资源共享,也互相感激的关系。事实上,好的人际关系不仅丰富了我们的事业与生活,也提升了我们的权力、地位、影响力和生活品质。

一般说来,一个人公关网络的大小,对其生活、工作的内容及质量有一定的影响。公关网络大的人朋友多,接触社会面大,信息来源广,生活内容丰富多彩,处理问题有较大的主动权,能表现出较强的办事能力,遇事可左右逢源,游刃有余。即使陷入困境,也能借助较多的外在力量很快摆脱出来,渡过难关走上坦途。对于现代人来说,不断扩大自己的公关网络,是增强现代意识,提高自身竞争能力,开拓事业

的一个重要手段。

实践证明,在扩大公关网络问题上,个人主观能动性发挥的程度,和自身公关能力的强弱,具有决定性的意义。为此,应从以下两方面努力:

首先,要树立开放意识,增强公关欲望。要真正认识公关对于成才、成功的意义,把扩大公关网络当成一种需要,如此你才能获得一种内在动力,才会对公关表现出浓厚的兴趣和积极的姿态,使自己成为公关的主动发起者,在更大的范围内找到新的朋友。

其次,应注意采取有效方法,一步一个脚印地扩大自己的活动半径,达到开拓公关网络的目的。

其实,如果你能神色若定、举止优雅地出入各种场合,收获是数说不尽的:

- 你会更满意自己。当你充满热情和信心参加各种商业和社交聚会时,你就会开始喜欢这种轻松自在、又可满载而归的商业竞技。

- 你可能会发现千载难逢的事业契机与一辈子的珍贵友谊,也能增加自己的人际关系。如果你不习惯接近别人,不能面带微笑,大方地伸出手,说声“你好!”这些契机就可能白白地从指缝中溜走。

- 如果你让别人也轻松自在,他们或许会因此想进一步认识你,或是找你合作。在聚会、会议,甚或正式的就职典礼,都能应付自如。妥善处理这些场

合,轻松地融入其中,圆满完成任务,同时也让在场的宾主尽欢。

因此,公关的目的在于:

- 找到令我们无法放松心情、全力投入的绊脚石,并设法减轻其影响。此外,我们也会为每一种绊脚石,提供有效的补救措施。

- 增强信心,发掘热情与真诚,进而感染他人。

- 勇于打破沉默,主动找人聊天,和“陌生人”建立融洽和谐的友谊。

至于如何扩大自己的公关网络,有以下一些行之有效的方法可以借鉴:

(1)以个人爱好为媒介,积极参与公关活动

个人爱好是交友的“介绍信”。共同的爱好常常把陌生人联系到一起,成为志同道合的朋友,进而形成以爱好为特色的公关网络。比如书法、绘画、写作、玩电脑、下棋、跳舞、钓鱼等爱好,都可以成为自己认识同行、找到友谊的牵线“红娘”。

对于有某种爱好或一技之长的人来说,不要把自己囿于自我小天地里,应该主动走出去,以虚心求教的态度,诚心沟通的热情,与更多的同行接触公关,或加入专业社团活动,这样,就可以共同爱好为基础,结识不同层次、不同领域的新朋友,公关网络也就扩大了。

(2)通过朋友搭桥,延伸公关活动范围

每个人都有自己特有的公关网络，这些公关网络又是各有特色，不完全重合。那么，我们就可以利用朋友关系，由朋友搭桥，与他的朋友圈建立联系。让朋友的朋友也成为你的朋友，这样就延伸了自己的活动半径，在新的圈子里找到友谊。

巧借朋友关系，进入新的公关领域，不但是可能的，而且这样建立起来的关系也是有益的。

(3) 结交陌生朋友

有时候，偶然机会也可能打开一个新的交友圈子，使自己走进一个崭新的领域。

俗话说，机不可失，时不再来。只要我们做一个公关有心人，就可能捕捉到机会，并有所收获，结识新朋友。

百万富翁们共有的特点是什么？根据《行销致富》一书作者史坦利的说法，“答案是一本厚厚的名片簿。更重要的是他们广结人际网络的能力，这或许便是他们成功的主因”。他们不仅晓得有谁被蕴藏在厚厚的名片簿里，更愿意把这些资源与其他百万富翁分享。要有成功的人际关系，你不仅需用基本常识去“感受”，更要有极大的行动力去“执行”。

美国作家柯达说：“人际网络非一日所成，它是数十年来累积的成果。如果你到了40岁还没有建立起应有的人际关系，麻烦可就大了。”

美国前总统克林顿是这方面最好的典范。在他成功的参选过程中，拥有高知名度的朋友们扮演着举足轻重的角色。这些朋友包括他小时候在热泉市的玩伴、年轻时在乔治城大学与耶鲁法学院的同学，及日后当罗德学者时的旧相识等。当数年前应邀在阿肯色州热泉市为旅游业年会演讲时，人们才深刻地体会到这些人对克林顿总统的支持。

2. 建立公关网络

有的人整天忙忙碌碌，认识了很多很多人，却整天为应付自己找来的关系而叫苦连天。网织得很大，但漏洞百出，而且又有许多死结，结果使用起来没有实际成果。人的精力是有限的，这时候就要理顺公关网，该增的增，该删的删，该修的修，该补的补。

要织一张好的公关网，第一步就是要筛选，把与自己生活范围有关系的人，记在一个本子上；把没有什么关系的，记在另一个本子上。第二步就是要排队。这就需要将自己认识的人进行分析，列出哪些人是最重要的，哪些人是比较重要的，哪些人是次要的，根据自己的需要排队。由此，你自然就会明白，哪些关系需要重点维系和保护，哪些只需要保持一般联系，从而决定自己的公关策略，合理安排自己的精力和时间。

第三步要对关系进行分类。比如，有人可以帮助你办理有关手续，有的则能帮你出谋划策，还有的能

为你提供某种信息。虽然作用不同,但对你都可能是至关重要的,所以一定要进行分门别类,对各种关系的功能和作用进行分析、鉴别,把它们编织到自己的公关网中。

有了这张“公关联络图”,聪明人就会懂得如何保护和维系这张图,使它一直有效。你应该不断和图上的所列的人保持联系,加深彼此的了解和合作,保持旧的关系,发展新的关系,使自己的“联络图”越来越丰富。

一个人公关的实力和资历,也往往体现在这张“联络图”上。有能耐的人,他的这张图质量高、价值高,在需要时左右逢源,无所不能。

3.适时调整公关网络结构

一个合理的公关结构必须是能够进行自我调节的动态结构。

所以,要不断检查、修补公关网,随着部门调整、人事变动及时修补漏洞,及时进行分类排队,不断从关系之中找到新的关系,使自己的公关网一直有效。

在实际生活中,需要调节公关结构的情况一般有三种:

一是奋斗目标的变化。也许你的奋斗目标已经实现,也许你的奋斗目标改变了。比如弃政从商,这就需要你及时调节公关结构,以便为新的目标有效