

小姐
公关
艺术
888



★
山西人民出版社

小姐公关艺术888

王德禄 李景峰 赵吉祥

撰 著

山西人民出版社

晋新登字 6 号

公关实务系列

小姐公关艺术 888

王德禄 李景峰 赵吉祥 刘建功

*

山西人民出版社出版发行（太原并州北路十一号）

山西省新华书店经销 太原红星印刷厂印刷

*

开本：787×1092 1/32 印张：10.25 字数：222 千字

1994 年 3 月第 1 版 1994 年 3 月太原第 1 次印刷

印数：1—50000 册

*

ISBN 7-203-02979-4

G·1226 定价：7.80 元

前 言

摆在读者面前的这套《公关艺术大全》具有以下特点：

首先，是理论与实践密切结合。书中既有对现代公共意识、观念和基本范畴的简明阐述，又以公关具体操作艺术与技巧为本书主体，并注意尽量穿插国内外生动具体的公关实例；

其次，是针对性强。根据我国目前公关队伍的实际状况，两书各有侧重，充分注意到公关先生和公关小姐的个性差异和公关活动中的常见问题；

最后，是通俗生动。从选题拟定到具体撰写，都力求深入浅出、化繁为简，增强通俗化和生动性，使全书有较强的可读性。

在编撰过程中，我们曾得益于国内外各种公关方面的出版物，在此一并致以谢意。撰写这样一套著作，对我们来说也是初次尝试，其中疏漏讹错之处定然不少，我们诚挚地等待着专家和广大读者的指教！

编著者

1993.10

目 录

公关是一门艺术

东西南北话公关——什么是公关…………… (1)

1. 公关就是了解别人并使别人了解你
2. 广告要大家买我,公关是要大家爱我
3. 公关是信和爱的运动

“人要出名猪要壮”——公关的目标…………… (2)

4. 打出你的知名度
5. 塑造一个美好的形象
6. 惜名重于惜金

名不可盗 心不可欺——公关的原则…………… (3)

7. 以信为本
8. 以实求实
9. 以义为准
10. 以诚换诚

人心换人心 顽石能点金——公关的方法…………… (4)

11. 社会舆论——无形的神奇力量
12. 既要知人,又要使人知己
13. 凝聚力来自尊重人

八面来风结同心——公关的对象…………… (5)

- 14. 心往一处想,劲往一处使
- 15. 你变他也变
- 16. 一身兼数职
- 17. 青山不动水长流

不为贴金 只为扬名——怎样塑造形象…………… (6)

- 18. 形象不仅仅是外表
- 19. 形象不仅仅是个人
- 20. 形象全在于塑造

好名流百世 坏名传千里——怎样建立信誉…………… (7)

- 21. 信誉即生命
- 22. 信誉来自人
- 23. 信誉来自竞争

敬人一尺 人敬一丈——怎样争取谅解…………… (9)

- 24. 防患于未然
- 25. 学会“冷处理”
- 26. 一个行动胜过一打纲领

取之不尽“摇钱树”——怎样增进效益…………… (10)

- 27. 一条信息救活一个企业
- 28. 一个点子带来一片生机
- 29. 一个观念树立一代形象

头儿的“参谋长”——怎样参与决策…………… (11)

- 30. 确立经营目标的“瞄准镜”
- 31. 提供决策信息的“情报库”
- 32. 实施决策方案的“推进器”
- 33. 评估决策效益的“检测仪”

“凝聚剂”与“润滑剂”——怎样协调员工关系 …… (12)

34. “外求发展”必先“内求团结”

35. 企业形象靠谁树？

36. 怎样使每个员工精神焕发？

一荣俱荣 一损俱损 …… (14)

37. 得失成败勤通报

38. 分毫不爽坦相告

39. 交流咨询共监督

40. 感情投资不可少

衣食父母 唯上唯大——怎样协调与顾客的关系 …… (15)

41. 顾客永远是上帝

42. 牵着“上帝”的鼻子走

43. 销售前的奉承不如销售后的服务

44. “化干戈为玉帛”

近邻胜似远亲——怎样协调与社区的关系 …… (16)

45. 不能丢失自己的“根”

46. 有情有义 有节有度

47. 社会赞助的技巧

兵马未动 舆论先行——怎样协调与媒介的关系 …… (17)

48. 慎用“不知道”“不清楚”“不能说”

49. 莫使新闻变旧闻

50. “来的都是客”

51. 最好的策略是诚实

52. 不正之风要不得

“背靠大树好乘凉”——怎样协调与政府的关系 …… (19)

53. 大河无水小河干

54. 小河有水大河满

55. 水有水路

公关策划艺术

谋略于胸 成功在握——什么是公关策划 (21)

56. 做什么?

57. 何时做?

58. 怎样做?

59. 谁来做?

未雨绸缪 成竹在胸——公关策划的价值 (22)

60. 千山万壑最高处

61. 公关之光的“聚光点”

62. 主旋律和最强音

63. 竞争场中“杀手锏”

看人下菜 碰墙拐弯——公关策划的特征 (23)

64. 路明方能通幽处

65. “拣了芝麻,又拣西瓜”

66. 有弹性才能有力度

“披沙方能砾金”——公关策划的原则 (25)

67. 撒大网才能捕大鱼

68. 最近的路只有一条

69. 试脚买鞋 量体裁衣

奇思妙想震天下——公关策划的关键 (26)

70. “兴趣”是激发创造性思维的“酵母”

71. 不要做“思想懒汉”

72. 要想想得妙,“门道”不可少

调查不细 心中无数——公关策划第一步 (27)

73. 求实切忌虚

74. 求广切忌窄

75. 求真切忌假

对策不明 无从下手——公关策划第二步 …………… (28)

76. 药到病要除

77. 就锅做饭 量布裁衣

78. 尽量把蛋糕做大点

79. 心往一处想,劲往一处使

80. 事有轻重缓急

81. 有弹性才能有力度

实施不力 前功尽弃——公关策划第三步 …………… (29)

82. 万丈高楼平地起——建设型公关活动

83. 感情连绵长流水——维系型公关活动

84. 以进为退站稳脚——防御型公关活动

85. 一鼓作气破雄关——进攻型公关活动

86. 更换劣镜形象新——重建型公关活动

评估不准 得失难明——公关策划第四步 …………… (31)

87. “温故而知新”

88. 心里有杆“秤”

89. 千方百计巧收信息

90. 终点就是新起点

借别人的羽毛装饰自己——公关策划思路(1)…………… (32)

91. 脑子要活,眼光要准

92. 立竿能见影

93. 既要能想到,也要能办到

在逆境中出击——公关策划思路(2)…………… (33)

94. “泰山崩于前面色不变”

95. 顺藤摸瓜,抓住症结

96. 站稳阵脚,全面出击

97. 十八般兵器全用上

将心比心 以诚换诚——公关策划思路(3)…………… (34)

98. “诚”字当先

99. “行”字跟上

100. “情”字常系

“顺着竿子往爬”——公关策划思路(4)…………… (35)

101. 鼻子要尖,耳朵要灵

102. 巧勾妙连,大做文章

103. 借题发挥,贵在自然

“给你一盏灯,不断来买油”——公关策划思路(5) …… (37)

104. “道是无情却有情”

105. “打是疼来骂是爱”

106. 出人意料,方称巧妙

别出心裁 轰动效应——公关策划思路(6)…………… (38)

107. “不走阳关道,偏走独木桥”

108. “东施效颦”最愚蠢

109. 抓住关节,见好就收

扬己之长 克己之短——公关策划思路(7)…………… (39)

110. 使公众把长处铭刻脑中

111. 使公众对短处忽略不计

112. 使短处变长处

事实胜于雄辩——公关策划思路(8)…………… (40)

113. “捂盖子”不是好办法

- 114. 缺什么,补什么
- 115. 让事实击破流言
- 青出于蓝而胜于蓝——公关策划思路(9)..... (41)**
- 116. 模仿,但不照搬
- 117. 借用,还要创新
- 广撒网才能多捕鱼——怎样收集信息 (42)**
- 118. 千河万川归大海
- 119. 虚假信息比没有信息更危险
- 120. 不要“眉毛胡子一把抓”
- 121. 纲举才能目张
- 122. 信息收集贵在及时
- 请大家告诉大家——怎样传播信息 (43)**
- 123. 感情靠联络,信息一线牵
- 124. 信息飞处名声扬
- 125. 树立美好形象的无形之手
- 让广告成为磁铁——怎样策划公关广告 (45)**
- 126. 说老实话,办老实事
- 127. 风格——企业的终身标记
- 128. 平中见奇,推陈出新
- 129. 不着一字,尽得风流
- 公关“突击手”——怎样利用报纸 (46)**
- 130. 一纸随身带,随时翻起来
- 131. 每日一报,早早知道
- 132. 消息万千条,随便由君挑
- 133. 检索保存好,一查便知道
- 一册在手 尽知天下——怎样利用杂志 (47)**

134. “微型小百科”

135. “显微镜”和“放大镜”

136. 五光十色资料库

小荧屏 大世界——怎样利用电视 …………… (48)

137. 音容笑貌毕现 声形视听俱佳

138. 瞬间跨越世纪 天涯近在咫尺

139. 熔艺术与科技于一炉

永不消逝的电波——怎样利用广播 …………… (48)

140. 飞越五湖四海, 飞入千家万户

141. 老少咸宜, 雅俗共赏

142. 边听边干两不误

143. 成本低廉, 播听方便

到什么山上唱什么歌——怎样选择新闻媒介 …………… (49)

144. “杀鸡不用牛刀”

145. 人有胖瘦, 衣有宽窄

146. 酸甜苦辣, 人各有爱

147. 既要省钱, 又要办事

王婆卖瓜 就要自夸——怎样编写宣传资料 …………… (51)

148. 钱要化在刀刃上

149. 开场白不能“白”

150. “麻雀虽小, 五脏俱全”

151. 使宣传资料获得艺术品格

让“无冕之王”为你效劳——怎样组织记者招待会 …… (51)

152. 主题要明确

153. 时机要选准

154. 范围要定好

- 155. 材料要备足
- 156. 安排要紧凑
- 不怕货比货 就怕不识货——怎样组织商品展销会 … (52)**
 - 157. 把最好的商品放在最显眼的位置上
 - 158. 把相关连的商品放在邻近的位置上
 - 159. 凡能操作的商品尽量实地操作
 - 160. 先入为主,印象带走
- 乐善好施,善哉善哉! …………… (54)**
 - 161. 说给痛快给,给了不白给
 - 162. 与其被动,不如主动
 - 163. 兵来将挡,水来土掩
 - 164. 有力出力,有钱出钱
- 人无远虑 必有近忧——怎样进行市场预测 …………… (55)**
 - 165. 预测不是瞎乱猜
 - 166. 预测需要丰富信息
 - 165. 预测不是瞎乱猜
 - 166. 预测需要丰富信息
 - 167. 预测需要观察分析
- 眼观六路 耳听八方——怎样进行市场调查 …………… (57)**
 - 168. 探索性调查开新路
 - 169. 描述性调查重分析
 - 170. 因果性调查找症结
 - 171. 预测性调查明方向
- 货比三家谁最俏——怎样进行产品调查 …………… (58)**
 - 172. 质量是生命
 - 173. “货卖一张皮”

174. 一代更比一代强

冷眼看潮涨潮落——怎样进行价格调查 (58)

175. 水涨船高,水落船低

176. “萝卜卖了个肉价钱”

177. 高低起伏有规律

来有影 去有踪——怎样进行销售调查 (59)

178. 广告——销售的敲门砖

179. 推售员——销售的主力军

180. 中间商——销售的传送带

一山难容二虎——怎样进行竞争调查 (60)

181. 知己更要知彼

182. 人无远虑,必有近忧

公关写作艺术

事出有据 告知四方——怎样写通告 (62)

183. 通告不同于布告

184. 通告不同于公告

185. “三项式”标题的灵活运用

186. “三段式”正文的合理安排

下有所求,上有所示——怎样写请示 (63)

187. “请示报告”的说法正确吗?

188. 提出问题,陈述理由

189. 说明主张,提出要求

190. 请求指示,请求批准

欲办公事函先行——怎样写公函 (64)

191. 公函是平行文

192. 去函的基本内容

193. 复函的基本内容
- 一片感情难推辞——怎样写请柬** (65)
194. 格式与普通书信相同
195. 内容要突出重点
196. 语气要诚恳客气
- 竖起招军旗,便有吃粮人——怎样写招聘启示**..... (66)
197. 突出招聘条件
198. 写明招聘办法
199. 注明联系手段
- 千里之行,始于足下——怎样写开业申请书**..... (68)
200. 理由要充足
201. 要求要明确
202. 态度在真诚
- 欲办放心事 需找放心人——怎样写授权委托书** (69)
203. 适用范围
204. 代理权限
205. 书写格式
- 合情合理又合法——怎样写起诉状** (70)
206. 基本情况部分
207. 请求事项部分
208. 事实和理由部分
- 秋菊打官司——逐级上告——怎样写上诉状** (71)
209. 认定事实是否客观
210. 适用法律是否正确
211. 诉讼程序是否合法
212. 具体提出上诉请求

抓住破绽,据理力争——怎样写申诉状	(72)
213. 叙述案件事实要全面	
214. 原判恰当之处不反驳	
215. 人证物证书证要列示	
216. 适用法律不当要指明	
217. 证明法与反驳法结合	
身正不怕影子斜——怎样写答辩状	(73)
218. 第一审答辩状的写法	
219. 第二审答辩状的写法	
言必诺 行必果——怎样写合同	(74)
220. 围绕“共同的目标”	
221. 确定数量和质量	
222. 确定价格和酬金	
223. 具体合作方法	
224. “丑话说在前面”	
人死帐不烂——怎样写契约	(76)
225. 标题要说明性质	
226. 正文要全面准确	
227. 文后要签名盖章	
君子一言 驷马难追——怎样写协议	(77)
228. 协议书与合同的区别	
229. 协议书的基本写法	
话不说不明——怎样写说明书	(79)
230. 循序说明层次井然	
231. 分项说明条理分明	
232. 概述说明简明扼要	

233. 形象说明生动逼真

234. 说明要瞄准特点

235. 说明要抓住关键

236. 说明要考虑对象

“画”外有话——怎样写解说词 (81)

237. 要有相应的知识积累

238. 要有较高的写作技能

239. 要有丰富的思想感情

240. 要突出解说性

241. 要富有感染力

成败在此一举——怎样写谈判方案 (82)

242. 要深谋远虑

243. 要立足现实

244. 要互利互惠

245. 要全面具体

不尽“才”源滚滚来——怎样写聘书 (83)

246. 格式要符合习惯

247. 内容要清楚明白

248. 署名要使用全称

新官上任头把火——怎样写就职演说 (84)

249. 表明态度要力求简短

250. 确定目标要具体明确

251. 指出方向要积极进取

252. 表明决心要坚定不移

253. 唤起公众要慷慨激昂

不说白不说,说了不白说——怎样写述职报告 (85)