

PR

何春晖 编著

中外

公关案例

宝典

关注全球最经典的教案

探秘本土最新案例得失

CHINESE AND FOREIGN CASE STUDIES OF PUBLIC RELATIONS

浙江大学出版社

中外公关案例宝典

CHINESE AND FOREIGN CASE STUDIES OF PUBLIC RELATIONS

何春晖 编著

关注全球最经典的教案

探秘本土最新案例得失

浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中外公关案例宝典 / 何春晖编著. —杭州: 浙江大学出版社, 2003. 3

ISBN 7-308-03251-5

I. 中... II. 何... III. 公共关系学—案例—汇编—世界 IV. C912. 3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2003) 第007992号

责任编辑 李桂云

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江印刷集团有限公司印刷

开 本 850mm × 1168mm 1/32

印 张 16.25

字 数 468 千字

版 印 次 2003 年 3 月第 1 版 2005 年 6 月第 2 版
2006 年 12 月第 8 次印刷

印 数 25001 - 28000

书 号 ISBN 7-308-03251-5/C·181

定 价 26.00 元

目 录

前 言 超越理论(代序) / 001

案 例(Case) 基本问题索引 / 005

一、案例(case)是什么? / 005

二、公共关系案例(Public Relations Case)是什么? / 006

三、公共关系案例的构成元素 / 010

四、案例学习的目的和意义 / 011

五、案例学习的方法 / 011

第一章 内部公关——铸就铜墙铁壁 / 013

您遭遇下列问题了吗? / 013

- 内部公众体系不明确
- 内部关系总是危机四伏
- 谁也不愿承担责任
- 喜欢传播于组织不利的言论
- 内部人际关系紧张
- 领导没有威信,员工缺乏向心力

- 你受重视吗？你重视别人吗？
- 如何造就全员公共关系的氛围？

关键词链接 / 014

智慧提醒 / 016

温馨小粘贴 / 017

它山之石 / 019

案例点击 / 021

1. 从“参与”中寻找财富

——不谋而合的内部公关方法 / 021

2. 家和万事兴

——宾馆员工的向心力是怎样产生的 / 024

3. 公司不是兵营

——美国惠普公司的用人之道 / 027

4. 从可粘贴便条纸说起

——3M公司给员工一个广阔空间 / 030

5. 人力资源管理(Human Resource Management)的魅力

——人才重于一切，人才就是资本 / 033

6. 企业管理的“团队精神”

——团队精神的魅力 / 038

第二章 顾客公关——我眼中只有你 / 041

您遭遇下列问题了吗？ / 041

- 你的顾客是谁？他们在哪里？
- 顾客需求是什么？有什么行为特征？
- 你应该与哪些顾客建立并保持关系？

- 你对顾客的重要程度有排序了吗?
- 你欢迎有问题的顾客吗? 冲突了怎么办?
- 你通常用什么办法保持与顾客的联系?
- 如何维持顾客忠诚?
- 您知道顾客满意度吗?
- 如何实施顾客满意度的调查?

关键词链接 / 042

智慧提醒 / 043

操刀秘笈 / 044

案例点击 / 048

1. 诚信:企业形象之基

——一部电梯两种态度 / 048

2. 方便上帝就是方便自己

——从麦当劳代售公交月票说起 / 051

3. 色香味美的九百碗老汤面

——九百碗老汤面顾客公关 / 053

4. 深入心灵的花

——百消丹母亲节免费送鲜花活动案例 / 057

5. 三菱败走中国

——忽视生命权利的下场 / 061

6. 养生堂与她的最美

——把最美的我奉献给你 / 068

7. 北京“现代城”“氨气事件”

——物业管理应有的公众意识 / 071

8. 快乐中国超级女声

——“零距离”的媒体公关 / 076

第三章 媒介公关——永远之痒 / 083

您遭遇下列问题了吗? / 083

- 为什么媒介总是不配合?
- 为什么好事却会变成坏事?
- 为什么一点风吹草动就变得满城风雨?
- 如何利用舆论?
- 一年中有几次新闻发布会?
- 新闻记者能成为朋友吗?
- 媒介进入你的组织有障碍吗?
- 如何与媒介保持经常性沟通?
- 媒介需要设防吗?
- 对媒介是告知还是让他自己获知?

关键词链接 / 084

智慧提醒 / 086

操刀秘笈 / 087

案例点击 / 090

1. 摘掉总统的乌纱帽

——水门事件的媒介关系 / 092

2. 鸡蛋小试验 宝洁大公关

——如何对媒介说真话 / 094

3. “冠生园”的危机

——关于如何快速应对媒介的反思 / 097

4. 拨云二度终见日
——看红太阳集团如何与媒介沟通 / 106
5. 海浪“斗智不斗力”“草船借箭”得三赢
——如何与媒介争取共赢 / 111
6. 媒体的公关之路
——看媒体如何打造自我形象 / 115
7. 大寨走进新时代
——大寨集团树立新形象的媒介策划 / 119
8. 让你猜猜我是谁
——《我悄悄蒙上你的眼睛》公关策划探视 / 122
9. 农夫山泉叫板全国纯净水
——对媒介策划的审视 / 126
10. 有心“买”环保 意外“买”麻烦
——广西桂林圣洁水业的遗憾策划 / 133

第四章 政府公关——背靠大树好乘凉 / 137

您遭遇下列问题了吗? / 137

- 政府的政策不对路怎么办?
- 经常搞不清应该与政府的什么部门打交道?
- 政府职能无限吗?
- 政府的支持到底有多大?
- 如何维护政府权威? 如何获得安全空间?
- 政府与法律等同吗?
- 政府公众到底有哪些?
- 如何维护、保持与政府关系的顺畅?

关键词链接 / 138

智慧提醒 / 139

操刀秘笈 / 140

案例点击 / 141

1. 柯达给富士的两记闷棍

——柯达的政府公关 / 141

2. 时势造英雄

——“9·11”事件后布什政府公关策略 / 144

3. 发现他,发现这个国家

——温家宝首次访美的政府公关 / 149

4. 重塑大国形象

——从印度洋海啸看中国 / 153

5. 济南七商场长虹彩电拒售风波

——长虹彩电的政府公关 / 160

6. 浙江“小家伙”风波内幕

——政府公关大有作为 / 163

7. 巧借东风张声势

——支持北京申奥,洋品牌大搞公关 / 167

第五章 社区公关——美丽的口碑 / 171

您遭遇下列问题了吗? / 171

- 自己的社区公众在哪里?
- 不知道自己的社区关系到底如何。
- 社区公众总是说三道四?
- 认为向社区投钱是白搭吗?

- 社区最需要的是什么?
- 如何赢得社区公众的厚爱?
- 社区的口碑传播很重要吗?
- 准自家人是什么概念?

关键词链接 / 172

特别提示 / 173

智慧提醒 / 174

操刀秘笈 / 175

案例点击 / 176

1. 你离不开脚下这片土地
——麦当劳的社区关系 / 176
2. 降低心中的分贝
——建筑工程与社区关系 / 179
3. 走进公众的精神家园
——台湾地区的IBM社区公关 / 182
4. “你笑我笑大家笑,我送你送聚真情”
——银泰百货有限公司的社区公关 / 185
5. 家家有本生活经,“档案”走进百姓家
——档案馆的社区公关 / 188

第六章 国际公关——插上 e 时代的翅膀 / 193

您遭遇下列问题了吗? / 193

- 不清楚自己跨国公众对象?
- 对国际公众的愿望、需求无法了解?
- 不知道跨文化传播到底如何进行?

- 跨国公司是简单的拷贝管理吗?
- 如何赢得国际形象?
- 中国加入 WTO 后,企业面对国际公众的复杂性,
该如何整合企业文化?
- 如何实现有效的跨文化管理?

关键词链接 / 194

智慧提醒 / 195

温馨小粘贴 / 196

案例点击 / 199

1. 跨文化的融合与冲突

——从广州标致是的解体看跨文化的管理 / 199

2. 肯德基何以进军海外市场

——国际公关中的文化理念的审视 / 205

3. 麦当劳文化征战全球

——如何营销文化 / 214

4. 公关决胜莫斯科

——北京申奥的国际公关 / 225

5. 波音危机事件

——诚信:打造国际形象 / 235

6. 危难时刻显真情

——国航紧急应对第一次空难 / 238

7. 可口可乐“欧洲事件”引发的国际公关

——全球化背景下的公关时效性 / 247

8. “创意英国”塑造国家品牌

——英国文化营销国家形象 / 253

第七章 危机公关——永远的痛 / 261

您遭遇下列问题了吗? / 261

- 自己的产品质量、服务出问题了,怎么办?
- 企业一夜间被媒体曝光之后怎么办?
- 对不期而至的危机,我总是手足无措?
- 遭人暗算在所难免,问题是我该怎么办?
- 危机发生时,如何面对蜂拥而至的媒介?
- 危机预管理能解决现时发生的危机吗?
- 危机发生时如何进行传播控制管理?
- 公共关系危机与危机公关是一回事吗?

关键词链接 / 262

智慧提醒 / 263

温馨小粘贴 / 266

操刀秘笈 / 267

案例点击 / 271

1. 恒升案被判赔偿9万元

——IT 行业的危机公关 / 271

2. 巧借“危机”为“契机”

——山东东阿阿胶集团应对“福胶事件” / 275

3. 爱立信风波

——投诉危机的处理 / 280

4. “双峰”“美丽健”“3·15”中央电视台点名事件

——媒体曝光的应对分析 / 285

5. 武汉麦当劳“毒油失控”事件

——危机公关的紧急应对 / 292

6. 派拉蒙开心果事件

——行动胜于雄辩 / 296

7. 有歧义的广告语

——“家乐福”危机公关 / 300

8. “早一粒,晚一粒,远离感冒困扰”

——看中美史克如何远离危机困扰 / 305

第八章 公益策划——爱心无限 / 311

您遭遇下列问题了吗? / 311

- 你所在组织有良好的口碑形象吗?
- 你关心社会的公益事业吗?
- 对那些需要帮助的人你无动于衷吗?
- 对组织而言经济效益比社会效益更重要吗?
- 帮助别人等于帮助自己吗?
- 公益策划有什么原则讲究吗?
- 作为企业人,你愿意投更多的公益广告吗?
- 公益策划作为一种公关专题活动,有些什么类型?

关键词链接 / 312

智慧提醒 / 313

温馨小粘贴 / 315

案例点击 / 317

1. “家有考生总动员”

——钱江晚报与养生堂联手公益活动 / 317

2. 大红鹰申奥万里行

——大红鹰集团申奥宣传 / 321

3. 江铃汽车 环保先锋

——用“公益活动”进行危机公关 / 324

4. 品牌与体育

——农夫山泉“2008阳光工程” / 330

5. 激情拥抱世界杯

——世界杯伙伴可口可乐在中国 / 337

6. 阳光助学 无上意境

——2002利群阳光助学活动 / 342

7. 华帝奥运金牌策划

——奥运带动品牌一起升华 / 351

8. 让我们一起快乐

——浙江多家媒体联合公益策划 / 357

第九章 公关营销——双赢之魅 / 363**您遭遇下列问题了吗？ / 363**

- 市场营销等同于公关策划吗？
- 在市场营销的环节中如何运用公关的技巧
- 公关促销就是广告促销吗？
- 公关营销的特点何在？
- 公关营销直奔商业利润吗？

关键词链接 / 364**智慧提醒 / 365**

温馨小粘贴 / 367

案例点击 / 368

1. 好肠胃 一生平安

——“金双歧”市场(深圳)营销 / 368

2. “新美好主义、惊喜你自己”

——玉兰油“新标识、新包装、新理念”的
市场公关 / 376

3. 创新透气保护 引领时尚潮流

——护舒宝新产品上市公关策划 / 380

4. 非常可乐 非常公关

——娃哈哈新产品的市场推广 / 385

5. 激情世界杯 浙江球迷总动员

——中国联通CDMA网推广公关策划 / 390

6. 加州杏仁 健康人生

——加州杏仁商会新产品市场推广公关策划 / 394

7. 文化公关

——宝洁“海飞丝”、“飘柔”的文化营销 / 399

8. 教育科技频道由新青年制造

——频道形象的塑造和营销 / 406

第十章 整合传播——打造形象的丰碑 / 411

您遭遇下列问题了吗? / 411

- 整体形象策划从何起步?
- 形象传播如何追求知名度与美誉度的最佳结合?
- CIS 是整体形象传播的最佳手段吗?

- 整合传播技巧何在?
- 整合传播的类型有哪些?
- 何谓网络传播?
- 何谓无形资产管理?
- 什么是形象经济学?

关键词链接 / 412

智慧提醒 / 414

温馨小粘贴 / 415

案例点击 / 417

1. 传承一脉 人文关怀

——观“海南养生堂”公关活动有感 / 417

2. 童话巨头在中国

——迪斯尼进军中国的公关传播 / 424

3. 打造一个城市的品牌

——宁波梁祝文化节之“百合婚典” / 429

4. 杭州城市的“金名片”——西湖博览会

——城市形象的大公关 / 436

5. “一汽大众”巧塑奥迪A6高档形象

——整合传播的魅力 / 440

6. 羽西娃娃闯世界

——著名“形象”专家羽西如何打造企业形象 / 458

7. 中国网通形象总动员

——整合传播打造网通新形象 / 461

8. INTIME美眉站出来

——时尚之星甄选大赛 / 467

9. 秋天来桐乡看菊海

——中国桐乡第二届菊花节大型活动策划 / 476

10. 让世界了解中国,让中国走向想世界

——中法文化年的文化公关 / 491

后记 / 501

主要参考文献 / 503