

现代公 共关系 实务

陈金美 陈金龙 编著

湖南师范大学出版社



现代公共关系实务

陈金美 陈金龙 编著

湖南师范大学出版社

〔湘〕新登字 011 号

现代公共关系实务

陈金美 陈金龙 编著

责任编辑：李 平

湖南师范大学出版社出版发行

(长沙市岳麓山)

长沙电力学院印刷厂印刷

湖南省新华书店经销

850×1168 32 开 10.375 印张 269 千字

1993 年 5 月第 1 版 1995 年 12 月第 5 次印刷

印数：26701—31800

ISBN7-81031-248-0 / Z · 023

定价：10.50 元

目 录

第一章 公共关系实务工作概述	(1)
第一节 公共关系实务工作的指导思想	(1)
第二节 公共关系实务工作的基本方法	(6)
第三节 公共关系实务工作的基本内容	(13)
第二章 新闻稿	(16)
第一节 新闻稿的撰写方法	(16)
第二节 两种新闻稿的区别	(25)
第三节 制造新闻的方法	(30)
第三章 人际交流	(37)
第一节 会议	(37)
第二节 面谈	(49)
第三节 其他交流	(54)
第四章 专题活动	(64)
第一节 举办展览会	(64)
第二节 举办赞助活动	(72)
第三节 其他专题活动	(77)
第五章 企业刊物	(93)
第一节 企业刊物的种类	(93)
第二节 企业刊物的制作	(98)

第三节	企业刊物的编辑	(102)
第四节	职工刊物	(111)
第六章	公共关系调查研究	(116)
第一节	公共关系调查研究的作用	(116)
第二节	公共关系调查研究的内容	(119)
第三节	公共关系调查研究的方法	(122)
第四节	公共关系调查研究的程序	(128)
第七章	谈判	(142)
第一节	谈判的概念	(142)
第二节	谈判成功的因素	(145)
第三节	谈判的一般程序	(155)
第八章	组织内部公共关系协调	(160)
第一节	组织内部公共关系协调的重要性与原则	(160)
第二节	领导之间关系协调的艺术	(164)
第三节	领导与职工关系协调的艺术	(171)
第四节	内部组织关系协调的艺术	(175)
第五节	股东关系协调的艺术	(178)
第九章	组织外部公共关系协调(一)	(184)
第一节	消费者关系协调	(184)
第二节	政府关系协调	(195)
第三节	社区关系协调	(199)
第十章	组织外部公共关系协调(二)	(209)
第一节	新闻媒介关系协调	(209)

第二节	协作者关系协调·····	(217)
第三节	竞争者关系协调·····	(223)
第四节	涉外关系协调·····	(228)
第十一章	重大公共关系活动与危机处理·····	(232)
第一节	重大公共关系活动的工程程序·····	(232)
第二节	常见公关纠纷的处理·····	(244)
第三节	重大突发事件的处理·····	(248)
第十二章	公关礼仪与礼节常识·····	(259)
第一节	公关活动中的礼仪·····	(260)
第二节	公关活动中的礼节·····	(267)
第三节	公关活动中的禁忌·····	(278)
第十三章	公共关系人员的素质、能力和培养 ·····	(286)
第一节	公共关系人员的素质·····	(286)
第二节	公共关系人员的能力·····	(290)
第三节	公共关系人员的培养·····	(303)
第十四章	公共关系实务工作原则与道德规范·····	(309)
第一节	公共关系实务工作的原则·····	(309)
第二节	公共关系职业道德守则·····	(315)

第一章 公共关系实务工作概述

公共关系实务工作即公共关系实际业务工作。在公共关系实务工作中,公理性的条条框框很少,需要循规蹈矩的东西不多,它更多地与其从业者的个人因素联系在一起,即不同的从业者可以采用多种不同的方法和途径去达到同一公共关系目标,因此,公共关系实务工作是一种艺术,在公共关系实务过程中可以体现出各个实务工作者的不同风格,但都能取得相同的效果。公共关系实务工作,需要每个公共关系人员发挥其独特的个性和创意,而不能照本宣科,死记教条。

对于公共关系实务工作,公共关系人员有很多知识、技巧需要学习和掌握。首先需要学习和掌握的,是公共关系实务工作的指导思想、基本方法、基本内容。

第一节 公共关系实务工作的指导思想

公共关系人员在学习和掌握了公共关系的含义和作用后,认识到公共关系将有助于其组织搞好工作,决定要把公共关系这门科学运用于组织的管理中,那么组织应如何开展公共关系工作呢?这就首先需要了解在公共关系实务工作时应该遵循的思路,这就是公共关系实务工作的指导思想——目标管理的思想。

一、公共关系实务工作过程

公共关系实务中的目标管理思想,就是指根据组织的公共关系目标,控制组织公共关系活动的全过程,使公共关系活动能够全

面地顺利地进行。其基本内容是：以一定时期内（如一年）组织的公共关系目标为基础，将这一目标分解为各个具体的分目标，并努力使组织的各项公共关系实务工作都围绕着如何实现这些分目标而统筹运动，从而保证公共关系目标的达到。

公共关系实务工作，首先就是明确公共关系在一定时期内所要达到的目标，使公共关系人员都在工作中按照确定的方向去努力。目标一经确认，全部工作都应以目标为中心，如公共关系计划工作，计划落实工作、落实计划效果的评价工作，都要围绕这个目标进行。特别是在计划落实工作的时候，公共关系人员更要时刻记住已定的目标，不断地与目标进行对照，将工作中的偏差及时地纠正过来，有效地控制整个公共关系活动过程。在目标管理思想的指导下，公共关系实务工作最重要和最关键的一项工作就是制订目标，并且将这一目标贯彻于整个公共关系的实务工作过程。因此，公共关系实务工作过程就是：制订公共关系目标→实施公共关系目标→评价公共关系目标。

二、目标管理思想的特点

公共关系实务的目标管理思想的特点是目的性、层次性和整体性。

1. 目的性

实行目标管理，整个公共关系实务就具有鲜明的目的性。目标管理要求公共关系工作一开始，就必须抓住工作的目标，就必须有一个明确的努力方向，就必须建立一个由共同的目标紧密联系起来的人员协同工作的集体。

为了强化目标管理的目的性，要求制定非常具体而又精确的目标，制定的目标必须突出重点，必须切实可行，力求向量化发展，尽量避免抽象与含糊。例如，在树立企业良好形象方面，就可以定为“树立企业为用户服务的形象”，“树立企业关心职工生活的形象”，而不能抽象地规定为“树立企业良好形象”，在提高企业的知

名度方面,就可以定为“将企业原来的5%的知名度提高到10%”,而不要笼统地规定为“提高企业的知名度”。

2. 层次性

公共关系实务的目标管理具有层次性。层次性有两个含义:一是指目标的层次性;二是指管理目标的层次性(或对目标的层次性管理)

所谓目标的层次性,是指一个组织的公共关系目标可分为总目标、分目标,甚至会目标又可以分成更小的目标。例如,生产电冰箱的厂家,其公共关系总目标应该根据厂家的经营总目标来定,假如厂家的经营总目标是将利润提高5%,那么其公共关系总目标应该配合厂家那个经营总目标而定为“通过各种公共关系活动,协助厂家实现将利润提高5%”,再将这一总目标细分,这个厂家的公共关系分目标可以制定几个:一个是“通过内部公共关系活动提高员工的工作率效5%”;二个是“通过外部公共关系活动提高电冰箱销售量的5%”。这两个分目标还可以再细分下去,以至更加明确化、具体化。如对第二个分目标,可以细分为“通过在省外新闻机构的宣传、广告,扩大电冰箱出省销售量,提高出省销售量的5%”,“通过在本地区举办展鉴会,提高本地区电冰箱销售量的5%”。

所谓管理目标的层次性,是指在进行公共关系活动的管理过程中,首先需要对目标进行分解,然后根据不同层次的目标进行不同层次的管理,下层次的目标要以上一层次的目标为准绳,要服从于上一层次的目标,要服务于上一层次的目标,这样从下一层次到上一层次逐级落实,逐步实现总目标。

公共关系实务的目标管理的层次性在公共关系活动的实施过程中非常重要,它的运用能防止中间环节的脱节,少走弯路,能提高公共关系活动的效率。

3. 整体性

公共关系实务的目标管理的整体性,就是要对公共关系活动实现全面的综合管理。

一是要将所有具体的公共关系活动放在一个整体中去统筹安排。公共关系活动是一个连续不断的过程,每一次具体的公共关系活动就是这个过程中的环节。也就是说,公共关系活动不是一次可以完成的,而是需要多次连续的积累。在公共关系活动中,每一次具体的活动不是孤立的,而是紧密联系、互相影响、互相促进的。因此,公共关系实务的目标管理,要求考虑每个具体的公共关系活动是否适当、合理,将所有具体公共关系活动放到一个整体中去,建立一个公共关系目标系统,使得其内部前后各项公共关系活动互相补充,达到积累公共关系活动效果的目的,以最终实现公共关系总目标。

二是要有全局的观念。在进行各种具体的公共关系活动时,必须着眼于公共关系的总目标。要从全局出发,经常地将正在进行的活动与总目标对照,从而及时地发现并纠正与整体目标相背离的东西。在具体的公共关系实务工作中,可能产生这样的现象,即有的工作从局部看是有利的,但从整体上看就不一定有利,甚至有时还会出现前后各活动效果相抵触的情况。所以,公共关系实务的目标管理的整体性,要求公共关系具体活动顾全大局,统一服从于公共关系的总目标。

三、目标管理思想的作用

公共关系实务的目标管理的目的性、层次性、整体性特点,决定了目标管理思想在公共关系实务工作中的作用。

1. 实行目标管理,有利于公共关系的计划工作

在进行公共关系活动前,必须先要制定计划。公共关系计划的制定,必须以总目标为核心,围绕着总目标以及各层分目标进行。如果总目标以及分目标不明确,公共关系计划就无从做起。好象没有一条韧线,散乱的珠子就无法形成一条美丽的项链。有了明确的

目标,公共关系计划就会制定得好。公共关系实务工作实行目标管理,使公共关系人员明确和把握公共关系总目标、分目标,公共关系计划,就是将目标管理中制定的全面、完整的公共关系目标系统进一步具体化。因此,实行目标管理,公共关系计划工作就容易做得多。

2. 实行目标管理,有利于公共关系计划实施过程的控制

公共关系计划制定以后就是实施,在实施公共关系计划的过程中,可能会碰到很多问题和出现失误,这时就需要对某些公共关系工作进行调整,即及时解决问题,纠正错误,防止和避免新的差错,在公共关系计划实施过程中,对某些公共关系工作的调整过程,也就是一个控制过程,而较理想的控制需要一个标准,其一,发现公共关系计划实施过程的问题和失误时,需要一个标准,发生的事情和这个标准进行对照,不符合这个标准就表示出现了问题或失误;其二,调整公共关系工作也需要一个标准,调整的东西和这个标准进行对照,符合这个标准就表示调整得对,调整得比较全面,这个标准正是公共关系的总目标以及各层分目标。因此,实行目标管理,公共关系计划实施过程的控制就有了明确的标准,使其职能能发挥出最佳的效果。

3. 实行目标管理,有利于公共关系活动效果的评价和经验的总结

公共关系活动结束后,公共关系人员要对公共关系活动产生的效果进行评价,分析其正确与失误之处,总结成功、效率高的经验与失败、效率低的教训,以便为往后的公共关系活动提供借鉴。公共关系效果评价和经验总结,实际上就是一个与标准比较、对照,找出吻合与差距的地方,然后归纳出几点评价结论,分析吻合与差距的原因,再归纳出几点经验。在这里,标准可能是公共关系计划,可能是公共关系目标,如果是公共关系计划,那公共关系计划是一种直接标准,因为公共关系计划最初也是依据公共关系目

标来制定的,因此,公共关系目标是公共关系活动效果的评价与经验的总结的原始标准或间接标准。实行目标管理,以公共关系目标为参照标准(直接的或间接的标准),使得公共关系活动的评价和总结工作能得以深入进行。

4. 实行目标管理,有利于公共关系工作效率的提高

公共关系工作效率的高低,也是公共关系部门以及每一位公共关系人员必须高度重视的问题。而公共关系工作效率的高低,完全取决于公共关系工作是否有一个明确的公共关系目标作指导。如果有一个明确的公共关系目标,公共关系活动都以这个目标为中心去开展,就能够为实现目标而努力,根据目标对各项工作进行控制,及时解决问题、纠正错误、避免新的失误产生。因此,实行目标管理,使公共关系实务工作一开始就有了明确的指导,就会大大提高公共关系实务工作的效率。

第二节 公共关系实务工作的 基本方法

公共关系的目标管理思想为公共关系实务工作提供了指导思想,但是更具体的公共关系实务工作应如何进行?或者说公共关系实务工作有没有一个通常适用的基本方法?

一般来说,公共关系实务工作有一个基本的工作方法。这一基本方法包括四个环节。

一、公共关系调查

要进行公共关系工作,必须从公共关系调查开始。公共关系调查的主要目的就是要掌握和了解情况并从中发现问题,找出所要实现的公共关系目标,并进一步制定公共关系计划及其实现目标的方法所需要的信息材料。

公共关系调查的内容有两个方面。

1. 对组织的其他工作的调查

组织除了公共关系工作以外,还有一系列其他工作,如组织的总目标、发展战略和方向、人员的素质、重大的工作项目和经营情况,这些都需要公共关系人员在公共关系实务工作开始时就调查了解清楚。这一调查是制定公共关系总目标的前提。因为公共关系总目标是由组织的整体目标决定的,制定公共关系总目标必须依据组织的总目标,必须服从于组织的总目标。说到底,公共关系总目标是组织总目标在公共关系部门内公共关系工作的具体化。据此,公共关系部门或公共关系人员在制定公共关系总目标前,一定要对组织的整体状况作深入、全面的了解,而要做到这一点,只有通过通过对组织的其他工作进行调查才能得到。

2. 对组织的公共关系状态的调查

组织的公共关系状态,即公众对组织所持的各种态度。对组织的公共关系状态进行调查,就是调查组织在公众心目中的形象,了解哪些公众对组织哪些问题有好感,哪些公众对组织哪些问题有反感,以及这些态度产生的原因。对组织的公共关系状态的调查,主要目的是找出组织存在的公共关系工作差距,围绕着组织的公共关系总目标,再制定出具体的公共关系工作的分目标,并制定出实现这些分目标的方案和所采取的方法。

当然,公共关系调查工作内容很多,本书第六章将作详细介绍。这里仅从公共关系实务工作的基本方法上谈及两点主要内容,说明开展具体的公共关系实务工作应如何入手。

二、公共关系计划

通过公共关系调查,公共关系人员取得了大量的准确有用的资料。接下来的工作便是制定公共关系计划,公共关系计划是目标的具体化。

公共关系计划是以后具体公共关系实务工作的指南,计划制

定是否恰当,直接关系到以后公共关系工作的成败。因此,制定公共关系计划是整个公共关系实务工作的关键。

制定公共关系计划要做好四个方面的工作。

1. 明确公共关系实务工作的目标

要在公共关系调查的基础上,进一步明确公共关系实务工作的目标。计划工作一开始,首先要确立组织的公共关系总目标;再结合公共关系状态的调查情况对总目标进行分解,形成公共关系目标体系。公共关系目标体系是公共关系实务工作的核心。

2. 选定公共关系活动所要针对的目标公众

要根据既定的公共关系目标体系,选定公共关系活动所要针对的目标公众,区分目标公众的具体类型,再明确各具体目标公众类型对实现组织的公共关系目标的影响程度,并以此为根据划分出主要影响公众与次要影响公众来,以便在工作中按照主次轻重,有的放矢地进行。

3. 选择合适的公共关系活动方式和沟通媒介

要针对目标公众,并结合考虑目标体系的要求,选择合适的公共关系活动方式和沟通媒介,活动方式和沟通媒介选择得好,就能创造出公共关系实务工作的最佳效果来。当然,活动方式和沟通媒介的选择是非常复杂和富有创意的工作,它要求公共关系人员对各种活动方式和各种沟通媒介有深入、全面的了解。

4. 编制公共关系活动预算

要根据公共关系活动方式和沟通媒介,预算公共关系活动所需要的费用。对每项工作的花费进行估算和安排,做到胸中有数,就能避免浪费和超支现象,或者前松后紧甚至后面的项目因资金不足而无法进行的情况。编制公共关系活动预算,就是对资金的运用作一个全面地考虑,给每一项具体工作预计一定的资金,编制一个详细的预算表,确保合理开支,使每一分钱都用得恰当,同时又利于落实计划过程中的资金控制。

公共关系计划工作还应该确定公共关系实务工作落实后的效果评价的标准和方法,这个标准实际上就是前面讲到的公共关系目标。方法就是将公共关系效果与目标对照。

三、公共关系计划的具体落实

制定切实可行的公共关系计划以后,就要把计划具体落实。公共关系活动是否能出现预定的效果,更重要的是看计划落实得怎样。计划的落实或实施是最为复杂的,在落实过程中可能出现这样那样的出乎意料的问题和困难,因此,公共关系计划的具体落实过程中必须注意做到如下几点。

1. 牢牢记住目标管理思想

落实公共关系计划,首先要求公共关系人员必须牢牢记住公共关系实务工作的目标管理思想,将注意力集中到公共关系的总目标上,一切以实现公共关系的总目标为准则,要处理好整体、全局与部分、局部的关系,以局部服从全局;当局部的公共关系工作和全局的公共关系目标不协调时,应及时纠正局部工作。

2. 充分采用民主的方法

落实公共关系计划,还要求公共关系部门充分采用民主的方法,让每一个公共关系人员在自己的工作中发挥主动性、积极性和创造性。能在顾全大局的情况下灵活解决问题、纠正工作方法。

3. 不断修正公共关系计划的内容

落实公共关系计划,还要求公共关系人员在实际工作中,不断反馈,修正公共关系计划的内容。这是由于客观的环境与组织内部的状况都在随时发生变化。即使公共关系计划在制定时考虑十分周详慎重,但不可能预料到未来发生的所有事情,也就必然会产生与公共关系计划不相符合的现象。因此,在公共关系计划实施过程中,要及时收集和反馈信息,不断地与总目标进行对照,找出不符合的地方及时加以调整,控制好整个公共关系计划的实施过程,以便更有效地实现公共关系目标。

四、公共关系效果的评价和总结

通过公共关系计划的落实或实施过程,公共关系工作就产生出一定的效果,这就需要对公共关系工作的效果进行评价和总结。这一评价和总结工作是某一阶段公共关系实务工作的最后一步,公共关系效果评价和总结的内容是:以目标为标准,对某一计划落实后产生的效果进行调查、分析,对照、比较公共关系目标,分析工作中成功与失败之处及其产生的原因,作出具体的评价,并加以总结,写出总结报告,为以后的公共关系工作提供借鉴的经验。

对公共关系效果进行评价和总结,不仅是对上一阶段公共关系工作的总结,不仅是为下一阶段的公共关系工作提供参考,而且也是对下一阶段的公共关系状态的调查。可以说,公共关系效果评价和总结,起到了承上启下的重要作用。

总之,公共关系实务工作由公共关系调查到公共关系计划,再到公共关系计划的具体落实,最后到公共关系效果的评价和总结,这样,一环扣一环,每四环为一个周期,形成公共关系实务工作的一定阶段。公共关系实务工作就是一个周期接一个周期地连续不断开展下去的。

公共关系实务工作的基本方法始终贯穿着目标管理这一指导思想:公共关系调查就是通过了解、掌握情况去发现和找出公共关系目标;公共关系计划就是以公共关系目标体系为核心,围绕目标体系逐步规划;公共关系计划的具体落实,就是根据公共关系目标,及时的调整、控制公共关系计划的落实或实施过程;公共关系效果的评价和总结,就是以公共关系目标为标准对公共关系计划落实后产生出来的效果的评价、总结。

通过上述公共关系实务工作的基本方法的介绍,我们有了一些理论上的了解,下面再举个例子来说明。

这是一个运用公共关系实务工作的基本方法,在强手如林、竞争激烈的服务行业脱颖而出并扬名国内的成功例子。

济南玉泉酒家刚刚组建时,由于地处省府前街深处,整个济南市没有几个人知道它确切的地理位置,甚至连玉泉酒家的名字也没有听说过。怎么办?树立形象,提高知名度已经是当务之急,势在必行,公关部认真分析了当时的形势后,决定通过公共关系实务工作来树立形象,提高知名度。

公共关系部首先就本组织及其公共关系现状进行调查,发现本组织在公众中影响不大,缺乏知名度,是由于与外界缺乏交流,缺少独特的公共关系活动。他们又对外部情况进行调查、分析,发现在当时社会办体育还没有引起其他企业的注意,在济南市更是尚无前例。

针对上述调查的情况,他们制订了本组织的公共关系计划。

整体目标:树立形象,提高本组织的知名度。

为了实现这一整体目标,可将其分解为以下几个分目标进行:

(1)与体育界交朋友,闯出一条以体育促企业发展的新路子;
(2)与新闻界交朋友;制造新闻,达到宣传本企业,树立形象的目标;

(3)提出“发扬玉泉精神,再创饮食新特色”,开展一些有特色的公关活动,与广泛的公众进行交流,吸引各方客人。

对应这些分目标,他们分别确定了各自的目标公众、采用的活动方式和沟通媒介。

(1)目标公众是体育界人士、体育爱好者,采用的活动方式是举办体育比赛活动,沟通媒介是赛会、新闻发布会等实际行动加上新闻界的宣传。

(2)目标公众是新闻记者、编辑、一般公众,采用的活动方式是联系新闻界、举办新闻发布会等活动,沟通媒介是新闻媒介的宣传。

(3)目标公众是一般公众,采用的活动方式是多种人际交流、专题活动,沟通媒介是个体交流,引起社会舆论。