

SWSK 商 · 务 · 书 · 库

现代宾馆 酒店公关秀

掌握流行信息,建立更佳的人际关系和双赢公关艺术

Xiandai Binguan Jiudian Gongguanxiu

千高原 策划 梭伦 编著



中国纺织出版社

商务印书馆

XIANDAI BINGUAN JIUDIAN GONGGUANXIU

现代宾馆酒店公关秀

掌握流行信息,建立更佳的人际关系和双赢公关艺术

千高原 / 策划

梭 伦 / 编著



中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代宾馆酒店公关秀/梭伦编著. —北京:中国纺织出版社, 2001.5

(商务书库)

ISBN 7-5064-2049-X/F·0162

I. 现… II. 梭… III. ①宾馆-公共关系学 ②饭店-公共关系学 IV. 719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 031663 号

责任编辑:王学军

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号

<http://www.c-textilep.com>

e-mail: faxing @ c-textilep.com

邮政编码:100027 电话:010-64168226

北京宏飞印刷厂印刷 各地新华书店经销

2001 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

开本:850×1168 1/32 印张:16

字数:358 千字 印数:1—6000

(四册总定价:112.00 元)本册定价:28.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

1021 10

策划人的话

千高原

在此时此地向读者推荐《商务书库》系列，理由是：其一，中国社会经济发展已到了一个非常重要的阶段，人们正迫切渴求实际的指导知识，去迎接正以电光石火般速度改变中的商业发展。其二，我国目前的商业活动和企业自身产品占有市场份额的版图扩张意识，业已从国内市场的基础扩大到国际目标竞争的新经济阶段。于是，你比以前更加需要先期占据位置。而且，这个系列书库从你选择了它开始，要想超越前进，就不必再多走冤枉路。

《商务书库》系列，让你花最少的时间掌握你所需要的专业知识，这至少有三个领域能够让你充分发挥：第一，在商场上，面对竞争应付挑战；第二，在专业工作中，磨练技巧掌握实用要领；第三，在个人事业中，追求成功自我实现。

为此，《商务书库》系列，在策划上对读者的承诺是：

一、引用国外最新、最具实用价值、最适合国情的经营信息。

二、整编国内一些先进、实用并能够历久弥新的创新经验。

商务，是我们现在和未来生活的主要部分。人要懂得生活就得精通于商务，这是因为商务乃是人与人的关系，包括自己与自己的关系，尤其是现代主管人员。

前 言

随着我国旅游市场的飞速发展,宾馆酒店也经历了一场巨大的变革,由接待型转入经营型,变成了给予人们享受的综合式服务功能的现代宾馆酒店。

面临行业之间严峻的市场挑战,就迫切要求宾馆酒店的公关工作尽快摆脱过去低层次的运作,成为配合宾馆酒店业经营战略、塑造成功形象的武器。良好的公关活动可以加强宾馆酒店与相关公众的联系,提高宾馆酒店的知名度、创立良好的市场形象,并通过社会舆论影响人们对宾馆酒店产品的消费行为,还有助于吸引优秀人才,激励员工士气,增强宾馆酒店对外的辐射和对内的凝聚。

《现代宾馆酒店公关秀》从公关角度出发,针对宾馆酒店业的行业特点进行了详细、全面的探讨,其中包括现代宾馆酒店公关的职能、机构与人员、工作程序、各项预算以及具体的公关经理的培训、公关广告策划、公关专题活动、公关写作技巧、宾馆酒店形象塑造、视觉识别等等。公关不止是一门科学,而且是一种艺术,提高艺术修养水平,须有多方面的条件,包括知识的积累、能力的培养等,本书对公关活动中的语言艺术、公关礼仪及公关禁忌均作了通俗系统的阐述。使宾馆酒店管理人及员工在人际交往和服务工作中养成良好的工作习惯,实现优质服务。

本书在结合我国宾馆酒店业情况的基础上,借鉴了国内外

公关理论与操作实务的最新成果,并配有典型案例分析。本书理论偏向简单实用,内容新颖,体例完整,操作性强,始终贯穿理论和实践相结合的原则,既有利于从理论上掌握宾馆酒店公关的基本原则,又有利于在实践中运用和操作。希望广大宾馆酒店公关人员、经营管理人员和有志于宾馆酒店事业的读者能从这部书中得到有益的借鉴和启迪,努力塑造良好的宾馆酒店形象,增强竞争能力,推动我国宾馆酒店业的发展。

梭 伦

2001 年 4 月

责任编辑:王学军

封面设计:金子

现代宾馆

酒店公关秀

Xiandai Bingguan Jiudian Gongguan

目 录

前 言

第一章 现代宾馆酒店公关的工作对象

第一节 现代宾馆酒店的公众 / 1

公众的概念

公众的基本特征

第二节 现代宾馆酒店公众的分类 / 4

按关系的重要程度分类

按公众对酒店的态度分类

按公众构成的稳定性程度分类

按酒店对公众的态度分类

按公众发展过程的不同特点分类

按酒店公众关系的内外对象的差异分类

按酒店生存发展的机制分类

第三节 现代宾馆酒店内部公众关系 / 14

内部公众关系及其目标

内部公众关系的构成与作用

内部正式组织与非正式组织关系

内部公众关系的调节与引导

股东关系

第四节 现代宾馆酒店外部公众关系 / 25

同宾客的关系

同旅行社的关系

同社区的关系

同政府的关系

第二章 现代宾馆酒店公关的职能

第一节 建立良好信誉,树立美好形象 / 35

建立良好信誉和树立美好形象的条件

公关人员怎样建立信誉、树立形象

公关人员设计形象和信誉时应注意的问题

第二节 广泛收集信息,提供咨询建议 / 41

宾馆酒店外部信息

宾馆酒店内部信息

分析整理各种信息,提出合理建议

第三节 做好各种协调沟通,加强宣传教育 / 45

协调沟通内部的公众关系

协调沟通外部的公众关系

第四节 积极团结员工,增强宾馆酒店实力 / 49

关心员工的物质和精神生活,增强感情投资

重视信息沟通,激励员工团体奋进精神

创建宾馆酒店文化

处理好与非正式组织的关系

第五节 加强社会交往,扩大社会影响 / 51

支持社会福利事业

参与社会公益活动

树立良好形象、改善人际关系

第三章 现代宾馆酒店公关机构与人员

第一节 公关机构的设置 / 53

公关机构设置的必要性

公关机构设置的原则

公关部在现代宾馆酒店中的地位

第二节 公关部设置模式和工作内容 / 58

公关部设置的一般模式

公关部的工作内容

第三节 公关人员的素质与道德 / 64

公关人员的基本素质

公关人员的职业道德

《中国公共关系职业道德》

第四节 公关人员的职责 / 73

公关部经理的主要职责

公关部专职人员的职责

公关人员基本职责的规定

第五节 公关意识的培养 / 76

公关意识的内涵

如何培养公关意识

第四章 现代宾馆酒店公关经理的素质与培训

第一节 公关部经理应具备的素质 / 81

公关部经理的思想品德

公关部经理的心理素质

公关部经理的基本技能

第二节 公关部经理的行为准则 / 92

忠诚和公正

讲信誉、守信用

不谋私利

疾恶如仇

法律意识

第三节 公关部经理必备的专业知识 / 96

宣传材料及其制备

与新闻机构的关系

新闻材料和图片的制备

新闻发布会与新闻采访

处理不良消息和突发事件

第四节 公关部经理的培训 / 111

培养方向

培训计划与内容

培训的途径

第五章 现代宾馆酒店公关各项预算

第一节 公关的经费预算 / 117

公关部的经费项目

公关预算的内容

第二节 公关部工作量的估计 / 118

时间期限的重要性

工作时间记录

- 第三节 公关部的预算控制 / 120
- 制定预算控制的方法
 - 如何做好公关部的预算控制

第六章 现代宾馆酒店公关工作程序

第一节 调查研究,确定目标 / 123

- 调查研究的意义
- 调查研究的内容
- 调查研究的方法
- 调查研究的过程
- 确立公关的目标

第二节 提出对策,制定计划 / 135

- 公关计划的特征
- 公关计划的功能
- 制定计划前的准备
- 制定计划的内容

第三节 策动传播,组织实施 / 139

- 组织实施的基本要求
- 组织实施的时机选择
- 组织实施的传播媒介选择
- 如何取得理想传播效果

第四节 评估结果,检测效果 / 147

- 检测评估的目的
- 检测评估的程序
- 检测评估的标准
- 检测评估的方法



第七章 现代宾馆酒店公关专题活动与操作技巧

第一节 现代宾馆酒店公关专题活动 / 153

典礼仪式

联谊活动

赞助活动

展览活动

谈判协商活动

游览观光和开放参观日活动

公关专题服务

危机事件的处理

第二节 现代宾馆酒店公关操作技巧 / 183

人际交往技巧

宣传招徕技巧

日常接待技巧

谈判的谋略与技巧

语言表达技巧

第八章 现代宾馆酒店视觉识别

第一节 现代宾馆酒店视觉识别的概念 / 209

基本要素

应用要素

两者的关系

第二节 视觉识别的设计原则及过程 / 213

视觉识别设计的原则

视觉识别设计过程

第三节 标志和造型的设计 / 216

现代宾馆酒店的标志

现代宾馆酒店的造型

第四节 现代宾馆酒店名称、字体设计 / 227

命名

改名

标准字设计

第五节 现代宾馆酒店色彩选择与识别 / 231

选择标准色的原则

第六节 应用要素的设计 / 234

建筑环境

交通工具

办公用品

员工制服

宾客用品系列

其他

第九章 现代宾馆酒店公共信息图形符号

商务中心/国内直拨电话/国际直拨电话/客房送餐
服务/残疾人客房/迪斯科舞厅/麻将室/电子游戏/
摄影冲印/钓鱼/划船/骑马/狩猎/射击/慢跑/贵宾
服务/团体接待/订餐/计程车/自行车停放处/废物
箱/安全保卫/紧急呼救电话/紧急呼救设施/火情
警报设施/灭火器/方向/入口/出口/紧急出口/楼
梯/上楼楼梯/下楼楼梯/自动扶梯/电梯/残疾人设

施/卫生间/男性/女性/男更衣/女更衣/饮用水/邮箱/邮政/电话/手续办理/问讯/货币兑换/结账/失物招领/行李寄存/行李手推车/洗衣/干衣/熨衣/理发/西餐/中餐/快餐/酒吧/咖啡/花卉/书报/卡拉“OK”/舞厅/会议室/电影/桑拿浴/按摩/游泳/棋牌/乒乓球/台球/保龄球/高尔夫球/壁球/网球/健身/运动场所/安静/允许吸烟/禁止吸烟

第十章 现代宾馆酒店形象与口碑塑造

第一节 现代宾馆酒店形象与口碑的构成 / 273

宾馆酒店形象与口碑的构成要素

宾馆酒店形象与口碑构成的主、客体及媒体

宾馆酒店形象与口碑的构成内容

第二节 塑造现代宾馆酒店形象与口碑的原则与

方法 / 284

塑造宾馆酒店形象与口碑的原则

塑造宾馆酒店形象与口碑的方法

第三节 现代宾馆酒店形象与口碑的塑造 / 290

理念识别

活动识别

视觉识别

宾馆酒店形象与口碑塑造的策略和步骤

第四节 现代宾馆酒店形象与口碑的评价 / 310

评价指标

评价方法

第十一章 现代宾馆酒店公关语言艺术的主要方法

第一节 幽默法 / 319

否定幽默法

岔道幽默法

双关幽默法

第二节 委婉法 / 324

讳饰委婉法

借用委婉法

曲语委婉法

第三节 模糊法 / 329

宽泛模糊法

回避模糊法

选择式模糊法

第四节 激励法 / 335

反语激励法

身教激励法

贬低式激励法

第五节 暗示法 / 337

点化暗示法

引发暗示法

图像暗示法

第十二章 现代宾馆酒店公关工作中的写作技巧

第一节 公关调查报告的写作技巧 / 341