

公关经理的案头“圣经”

经理“日智”丛书

PUBLIC RELATIONS MANAGER
DAILY WISDOM

汇聚
海尔、P&G、
松下等国内外知名
企业的成功公关
案例

公关经理 日智

Public Relations Manager Daily Wisdom

PUBLIC RELATIONS MANAGER

李勇 主编

构建内外沟通桥梁
营造和谐美好氛围



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



公关经理的案头“圣经”

经理“日智”丛书

PUBLIC RELATIONS MANAGER
DAILY WISDOM

汇集
海尔、P&G、
松下等国内外知名
企业的成功公关
案例

公关经理 日智

Public Relations Manager Daily Wisdom

李勇 主编

构建内外沟通桥梁
营造和谐美好氛围

 **机械工业出版社**
CHINA MACHINE PRESS

内 容 提 要

作为企业的公关经理，你需要同各式各样的客户打交道，你需要为企业内外部的各种企业关系而操劳，那些繁杂的事务让你头痛不已。那么，有什么办法能让公关经理们轻松地面对每一天的事务呢？本书会带给你答案。

本书采用独特的“日智（每日的智慧）”编排方式，为一年的365天每天都准备了一个“日智”，并且在每个“日智”后都加以简短的“评点”，使你能尽快地领悟这一“日智”的精髓。本书通过生动的案例和翔实全面的解说来表现公共关系管理的诀窍和道理，使你在不知不觉中掌握处理各种公共关系问题的方法和技巧。本书能使你迅速走向成熟，成为一个能轻松享受工作、享受成功的公关经理。

图书在版编目（CIP）数据

公关经理日智/李勇主编. —北京：机械工业出版社，2006.3

（经理“日智”丛书）

ISBN 7-111-18692-3

I. 公... II. 李... III. 企业管理—公共关系学 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2006）第 020191 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

责任编辑：王 政 封面设计：张 冰

保定市印刷厂印刷

2006 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

1000mm × 1400mm B5 · 16.5 印张 · 1 插页 · 459 千字

0001—5000 册

定价：39.80 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

本社购书热线电话（010）68326294

编辑热线（010）88379001

封面无防伪标均为盗版

编委会

主 编 李 勇

副主编 张健华 李志学

编委会成员 (排名不分先后)

张永成 王晓波 刘本芝

曹玉霞 刘体成 宋相涛

刘 恒 王 斌 潘丽丽

黄敬海 卢秉繁 谢 勇

戴智艳

前言

企业的发展、管理绩效的提升并非朝夕之事，却需朝夕之功。九层之台，起于垒土；千里之行，始于足下。竞争的加剧和工作、生活节奏的加快都要求按照自己的逻辑重新塑造社会秩序。以总裁、总经理、主管为题材的经管类图书和励志类图书如汗牛充栋，这些书有一个共同的特点，就是强调个体潜能可以速生丰产式的无限开发，行文中精英主义哲学和投机主义哲学贯穿始终。为了满足时效化、快节奏工作和生活方式的需求，许多书的立意和切入点纷纷以时间来突显自己的效能，例如一周商务通、三天获利 20%、八小时改变一生、三十分钟项目经理……时间也从月、周、天、小时、分钟一路加速，如今已经精确到了秒，甚至像那种堪称综合性系统工程战略管理问题、组织管理问题、危机管理问题似乎也可以通过选用某个表格、套用某组制度、炮制某种案例情景来解决，某些前沿理论、实务也迎合了这种需求，Mini ERP，袖珍 CRM，微缩 MBA 等纷纷出炉……

有人将这种现象称为“简单管理”，但“简单管理”并没有实现原本讲求的流程优化和对信息处理的明晰化，却使管理呈现了符号化、线条化的怪异状态。这类“简单管理”让我们看到的是一座座职业经理人的制造车间和自动生产流水线，而这些书就成了自助式自动生产流水线的操作指南。排队等待的人正期待着像数学公式中的等量代换一样去洗髓换脑，等待着通过这个制造工艺源源不断地生产出职业经理、项目经理、业务主管来。蓦地，我们发现，“简单管理”真正简单的只是自己的头脑。

每个企业的环境不同、企业性质不同、发展阶段不同、竞争对手的状况不同，相应的做法也不可能相同。世界上没有两片完全相同的树叶，超离现实的本本主义和不切实际的期待只能碰壁。

本书的理念是——事实上不存在一蹴而就的管理，更不存在立竿见影的成功，企业领导者要有不积跬步无以至千里的毅力，在每一天的学习和实践中稳步提高自己。

谋事在人，成事亦在人，运气往往是可遇而不可求的。因此，身为企业的公关经理，必须脚踏实地，从每一天做起，不可急于求成，世上没有包治百病的药，更没有后悔药。尽管时过境迁、世事难料，但是对经理们来说，环境可一变再变，生死存亡，难知天数，但回报最大的往往是你细心呵护过的每一个制度、每一件事、每一个人和每一个小细节。

本书精选出 365 个智慧点、知识点，既有策略、技巧、方法、谋略、实例，也有对易被忽略问题的善意提示，读起来意味隽永。

一天一计，一个知识点启迪一扇智慧之窗，一个谋略谋求一次成功的机会……就像本书所言：

每天一谋，每日一智，365 天天都是机会！

编 者

目 录

前言 / IV

公关基础篇

- 【日智 1】“关系”是“活动”的根源和动力 / 3
- 【日智 2】公关活动有学问 / 3
- 【日智 3】新时期公关的背景 / 5
- 【日智 4】经济全球化的影响 / 7
- 【日智 5】深入理解公关的内涵 / 8
- 【日智 6】把握公关的核心价值 / 10
- 【日智 7】解读公关的社会属性 / 11
- 【日智 8】了解公关的本质属性 / 12
- 【日智 9】对公关的其他属性的理解 / 14
- 【日智 10】公关活动的实质 / 16
- 【日智 11】公关活动的特性 / 17
- 【日智 12】公关管理的基本特征 / 18
- 【日智 13】企业公关管理的特点 / 20
- 【日智 14】认识公关管理特征 / 22
- 【日智 15】细分公关传播的种类 / 23
- 【日智 16】不可不知的公关功能 / 24
- 【日智 17】公关的决策和团结功能 / 25

目录

- 【日智 18】 公关的吸引顾客功能 / 27
- 【日智 19】 公关的宣传形象功能 / 28
- 【日智 20】 公关的协调关系功能 / 29
- 【日智 21】 公关的促销功能 / 30
- 【日智 22】 公关的竞争功能 / 31
- 【日智 23】 公关的完善服务功能 / 32
- 【日智 24】 公关的四种类型 / 34
- 【日智 25】 日常事务型公关 / 35
- 【日智 26】 妙用宣传型公关 / 37
- 【日智 27】 了解咨询型公关 / 38
- 【日智 28】 驾驭矫正型公关 / 39
- 【日智 29】 公关的体系建构（一） / 40
- 【日智 30】 公关的体系建构（二） / 42
- 【日智 31】 公关管理系统理论模型 / 44
- 【日智 32】 公关管理系统操作模型 / 45
- 【日智 33】 公关经理的专业素质 / 47
- 【日智 34】 公关经理的技能与品德 / 48
- 【日智 35】 公关经理的角色 / 50
- 【日智 36】 公关经理的职责 / 51
- 【日智 37】 公关经理的职业准则 / 53
- 【日智 38】 公关经理的管理技巧 / 55
- 【日智 39】 公关经理的公关意识 / 57
- 【日智 40】 实现企业公关管理 / 59
- 【日智 41】 加强公关管理 / 61

目 录

- 【日智 42】记住倾听的技巧 / 62
- 【日智 43】批评技巧 / 64
- 【日智 44】公关销售服务要精益求精 / 65
- 【日智 45】公关销售人员的态度转变 / 67
- 【日智 46】公关人员的考评内容 / 68
- 【日智 47】公关人员的考评方法 / 70
- 【日智 48】弄懂公共关系的发展 / 71
- 【日智 49】中国企业公关的发展（一） / 73
- 【日智 50】中国企业公关的发展（二） / 75

公关整备篇

- 【日智 51】了解公关调研的涵义及作用 / 79
- 【日智 52】细说公关调研的思维方式 / 80
- 【日智 53】理解企业形象调研 / 81
- 【日智 54】企业的公众舆论调研 / 82
- 【日智 55】宏观社会环境调研 / 84
- 【日智 56】微观社会环境调研 / 86
- 【日智 57】企业的传播媒介调研 / 87
- 【日智 58】公关调研运作程序（一） / 88
- 【日智 59】公关调研运作程序（二） / 90
- 【日智 60】巧用文献调查 / 91
- 【日智 61】处理文献资料有高招 / 93
- 【日智 62】确立公关信息的沟通方式 / 94

目 录

- 【日智 63】进行非正式沟通 / 95
- 【日智 64】设置公关信息的管理机构 / 96
- 【日智 65】确定公关调研需要阶段 / 97
- 【日智 66】公关调研预备阶段（一） / 98
- 【日智 67】公关调研预备阶段（二） / 100
- 【日智 68】公关调研预备阶段（三） / 101
- 【日智 69】公关调研预备阶段（四） / 102
- 【日智 70】施行公关调研的阶段 / 103
- 【日智 71】公关调研巧制行 / 104
- 【日智 72】处理公关调研资料有方法 / 105
- 【日智 73】如何提交公关调研报告 / 106
- 【日智 74】收集数据有技术 / 107
- 【日智 75】调研问卷 / 108
- 【日智 76】调研问卷重在设计 / 109
- 【日智 77】掌握各种调研技术 / 110
- 【日智 78】关注调查分析 / 112
- 【日智 79】拟定方案大学问 / 113
- 【日智 80】抽样调查妥善进行 / 114
- 【日智 81】公关调研的两种方法 / 115
- 【日智 82】公共信息重在分析 / 116
- 【日智 83】辅助性调研法 / 117
- 【日智 84】辅助调研两种方法 / 119
- 【日智 85】邮寄访问调查法 / 120
- 【日智 86】民意测验与电话访问法 / 121

目 录

- 【日智 87】妙用意见调查员法 / 123
- 【日智 88】巧施人员走访调查法 / 124
- 【日智 89】焦点团体和社区讲坛法 / 125
- 【日智 90】咨询委员会和董事会法 / 126
- 【日智 91】文本资料巧整理 / 127
- 【日智 92】如何整理电子资料 / 129
- 【日智 93】电子资料整理的注意事项 / 131
- 【日智 94】人物和照片资料整理法 / 132
- 【日智 95】利用网络公关调研方法 / 133
- 【日智 96】公共站点的调研方法 / 134
- 【日智 97】网络数据库的调研 / 136
- 【日智 98】建立自己的数据库 / 136
- 【日智 99】善用网络上已有的数据库 / 138
- 【日智 100】综合测评有奇招 / 139
- 【日智 101】确定公关目标 / 140
- 【日智 102】明确公关目标的分类 / 141
- 【日智 103】公关目标的具体内容（一） / 142
- 【日智 104】公关目标的具体内容（二） / 144
- 【日智 105】制定公关计划原则 / 146
- 【日智 106】制订公关计划应注意的事项 / 147
- 【日智 107】公关计划的实施方法 / 149
- 【日智 108】公关计划实施策略 / 150
- 【日智 109】公关计划实施综合方法 / 152
- 【日智 110】整体协调与反馈调整法 / 154

目 录

- 【日智 111】编制公关预算 / 155
- 【日智 112】公关预算编制方法（一） / 157
- 【日智 113】公关预算编制方法（二） / 158
- 【日智 114】方案评价方法 / 160
- 【日智 115】方案选择 / 162

公关实战篇

- 【日智 116】公关策划的作用不容忽视 / 165
- 【日智 117】公关策划的新概念 / 166
- 【日智 118】公关策划的原则 / 167
- 【日智 119】公众对象巧确定 / 169
- 【日智 120】理解公众的一般心理（一） / 170
- 【日智 121】理解公众的一般心理（二） / 172
- 【日智 122】掌握公众的情感和意志 / 174
- 【日智 123】选择公关模式 / 175
- 【日智 124】公关环状结构模式 / 177
- 【日智 125】交际型的公关模式 / 178
- 【日智 126】服务型的公关模式 / 180
- 【日智 127】广告宣传型公关模式 / 181
- 【日智 128】公关管理模式巧建构 / 184
- 【日智 129】传播方式的比较 / 185
- 【日智 130】选择传播媒介 / 186
- 【日智 131】公关传播媒介选择法 / 187

目 录

- 【日智 132】传播媒介选择的具体方法（一） / 188
- 【日智 133】传播媒介选择的具体方法（二） / 189
- 【日智 134】传播媒介组合的选择方法 / 191
- 【日智 135】何谓大众传媒 / 192
- 【日智 136】广播与电视传播 / 193
- 【日智 137】把握因特网传播 / 194
- 【日智 138】宣传册传播的窍门 / 196
- 【日智 139】内部刊物传播有方法 / 198
- 【日智 140】实像传播的特点 / 199
- 【日智 141】综合处理真实形象法 / 201
- 【日智 142】实像传播法 / 202
- 【日智 143】运用实像传播技巧（一） / 203
- 【日智 144】运用实像传播技巧（二） / 205
- 【日智 145】样品展览和示范表演法 / 206
- 【日智 146】作业场所布置法 / 208
- 【日智 147】橱窗陈列法 / 209
- 【日智 148】个人形象的传播策略 / 211
- 【日智 149】生活传播策略 / 212
- 【日智 150】工作传播策略 / 213
- 【日智 151】公关广告的功能 / 214
- 【日智 152】公关专题活动的特点 / 215
- 【日智 153】公关专题活动的作用 / 216
- 【日智 154】专题活动策划的步骤 / 217
- 【日智 155】公关专题活动策划的方法 / 219

目 录

- 【日智 156】公关专题活动实施注意事项 / 220
- 【日智 157】展览会管理方法 / 221
- 【日智 158】展览会的优势分析 / 222
- 【日智 159】举办展览会要时刻注意 / 224
- 【日智 160】确定展览会的类型和形式 / 224
- 【日智 161】会后总结要慎重 / 226
- 【日智 162】庆典活动精安排 / 227
- 【日智 163】布置现场面面观 / 228
- 【日智 164】庆典活动的程序 / 229
- 【日智 165】把握参观活动 / 230
- 【日智 166】参观的内容要求 / 231
- 【日智 167】搞活展示会 / 233
- 【日智 168】市场宣传引导活动 / 235
- 【日智 169】促进新闻发布会 / 236
- 【日智 170】新闻发布会的程序 / 238
- 【日智 171】新闻发布会的合适日期 / 239
- 【日智 172】安排举办地点最重要 / 240
- 【日智 173】选择工作人员要适当 / 241
- 【日智 174】进行背景介绍及预演 / 242
- 【日智 175】赞助活动的功能 / 243
- 【日智 176】赞助活动的发起 / 245
- 【日智 177】赞助活动的参与 / 247
- 【日智 178】公益活动的种类 / 248
- 【日智 179】准备公关会议翻译及助听 / 250

目 录

- 【日智 180】 公关会议安全保障准备 / 251
- 【日智 181】 拟定公关会议议程 / 252
- 【日智 182】 派发公关会议通知 / 253
- 【日智 183】 检查公关会议现场 / 254
- 【日智 184】 设置会议服务处 / 255

沟通商唔篇

- 【日智 185】 公关信息体系的构建方法 / 259
- 【日智 186】 确立公关信息的沟通方式 / 260
- 【日智 187】 非正式沟通 / 261
- 【日智 188】 做公关就要先做沟通高手 / 263
- 【日智 189】 公关沟通有技巧 / 264
- 【日智 190】 沟通的策略（一） / 265
- 【日智 191】 沟通的策略（二） / 267
- 【日智 192】 有效沟通的原则 / 268
- 【日智 193】 有效沟通的特征 / 270
- 【日智 194】 沟通程序的控制 / 272
- 【日智 195】 内部沟通的障碍控制 / 273
- 【日智 196】 语言沟通的技巧 / 275
- 【日智 197】 以柔克刚 / 276
- 【日智 198】 巧妙发问 / 277
- 【日智 199】 把握话题 / 279
- 【日智 200】 学会倾听 / 279

目 录

- 【日智 201】 公关沟通如何创造价值 / 280
- 【日智 202】 员工关系协调的作用 / 282
- 【日智 203】 员工关系协调的技巧 / 283
- 【日智 204】 顾客关系协调的功能 / 285
- 【日智 205】 顾客关系协调方法 / 286
- 【日智 206】 企业中间商关系协调方法 / 287
- 【日智 207】 与供应商关系协调 / 288
- 【日智 208】 社区关系协调的作用 / 289
- 【日智 209】 社区关系协调方法（一） / 290
- 【日智 210】 社区关系协调方法（二） / 291
- 【日智 211】 加强与社区公众的沟通 / 293
- 【日智 212】 行业关系协调的原则 / 294
- 【日智 213】 行业关系协调的方法 / 295
- 【日智 214】 政府关系协调的原则 / 296
- 【日智 215】 政府关系协调的方法 / 298
- 【日智 216】 政府关系协调的其他方法 / 300
- 【日智 217】 网络社区沟通方法 / 301
- 【日智 218】 网络社区的注意事项 / 303
- 【日智 219】 鼓励其他途径对文章的采用 / 304
- 【日智 220】 利用网上会议建设社区公关 / 305
- 【日智 221】 为社区成员安排活动 / 305
- 【日智 222】 运用网络新闻线发布 / 306
- 【日智 223】 利用自己的站点发布 / 307
- 【日智 224】 电子邮件妙管理 / 308

目录

- 【日智 225】建立网络顾客服务体系 / 310
- 【日智 226】通过 E-mail 与记者沟通 / 311
- 【日智 227】公关传播方面的依据 / 312
- 【日智 228】内部资料方面的依据 / 313
- 【日智 229】外部资料方面的依据 / 314
- 【日智 230】公关谈判的准备（一） / 315
- 【日智 231】公关谈判的准备（二） / 316
- 【日智 232】做好业务准备 / 317
- 【日智 233】做好物质准备（一） / 318
- 【日智 234】做好物质准备（二） / 319
- 【日智 235】确定公关会议地点 / 321
- 【日智 236】安排公关与会人员 / 322
- 【日智 237】统一宣传准备 / 324
- 【日智 238】公关谈判巧运作 / 325
- 【日智 239】公关谈判的运作技巧 / 326
- 【日智 240】公关谈判的其他技巧 / 328
- 【日智 241】公关谈判中的文件战术 / 329
- 【日智 242】设定期限是必然 / 330
- 【日智 243】谈判软硬兼施法 / 331
- 【日智 244】触角灵活敏感 / 333
- 【日智 245】注意肢体语言 / 334
- 【日智 246】不将后路完全切断 / 336
- 【日智 247】学会让步是精明 / 337
- 【日智 248】适当喊出暂停 / 338