

第一章 公关要素

一、公关成败的要素

公关成败的基本要素

如何学会公关，达到人际间的沟通，做到事事如意，就要掌握公关学的基本要素。

一、了解对方的情况。

二、让对方了解自己的情况。

三、争取对方合作，以达到自己的目的。

美国有位很会公关的人寿保险商人，他运用这三要素去“公关”，结果成了出色的营销之“王”。他介绍他的公关秘诀是：当你向一位客户推销人寿保险时，先要了解这位客户，是否买过别家的人寿保险。如果你了解到，对方已买了别家的人寿保险，这时千万不要再提人寿保险的事，可以提出另外一种保险，例如意外保险之类，并向对方介绍自己经营的意外保险情况。这样，常常能得到对方的合作，达到自己的营销目的。

据说，鲁迅为了试验一下公关三要素，还故意与黄

包车夫开了个不大不小的玩笑。

一天，鲁迅从上海一友人家出来，叫了一辆黄包车，本来要拉到南京路的先施公司去。但他故意只说去南京路，却没讲明去南京路什么地方，言定付车费三角，便坐车上路了。

车到南京路口，车夫便停了下来，说：“到了，到了。”

鲁迅故意说：“我要去的是南京路的先施公司，离这儿还远着哩！”

车夫不满地说：“我们已讲好了，到南京路，三角钱。快下车吧！”

鲁迅仍故意说：“你如不去先施公司，我不会付钱给你。”

车夫生气了，说：“你不付钱，就不准走，我们找警察评理去。”

此事说明，即使像坐车这样一件小事，如果实现不让车夫了解自己的确切意思，也很难得到车夫的合作，不仅不能到达要去的地方，还会把事情弄僵。

公关成败的关键要素

一般来说，与人公关，要有心理准备。没有心理准备而进行公关，不仅不会达到目的，还会遭到无可挽回的失败。因此，有无准备，是公关成败的关键。

某公司业务员上门推销各种报刊，承接各种报刊订户。当他去拜访一位客户时，人家本来已长期订了某杂

志，他还冲口而出，叫人家再订一份，结果对方一句话就回绝了：“我没有必要同时订两份相同的杂志。”此话一经说出，气氛就陡然变得紧张，再要推销其他杂志就不可能了。

有许多事情，心理上本来是可以稍加准备的，有了准备，一切就都好办得多。甚至在电话公关中，也会碰到同样的问题，如果预先准备好别人说“是”或“否”时应如何应对，就可以避免太多不必要的尴尬。

另外，二人谈话，从“非特定话题”转入“正题”，也是件相当困难的事。

某洗衣机推销员去拜访朋友，目的当然是推销洗衣机，如果他事先和朋友说了一篇题外话，然后说：“今天拜访，无其他目的，实在是想来推销……”他多半是要失败的。

如果他一开头便抓住近来久不下雨，水库干涸，又常停水，然后说：“这几天热得很，天天要换衬衣，每天光洗衣服就大伤脑筋……”由此转入推销洗衣机，便可达到天衣无缝的效果。即使对方发现了这条“缝”，也不会觉得不舒服。

有些场合，必须声明“闲话少说”，“言归正传”。比如对方已知你的来意，或者彼此已约定来此谈些什么，来一个正式宣布，反而会使对方收敛情绪，把精神集中一下，来谈你们之间要谈的事情。

有些事情是绝不可能立刻得到答复的，事先自己要有一个判断才好，遇到这类事情，最好不要等候答复就

告辞 “你很忙，我不耽搁你了，请多多考虑吧！”这样，也是讨人好感的方法，同时也留下了下次再来的伏笔。

二、公关中的品格力量

古人有句名言：“卑让德之甚。”这里所说的“卑让”，就是纡尊降贵的意思，是指地位高的人自动降低身份去屈就对方。所谓“德之甚”，即是说“品德”之所在。然而，在现实社会中，自动降低自己身份的人不多，而自动抬高自己身份的人却不少。

如果我们能在公关活动中，做到“纡尊降贵”，必能赢得许多朋友，使公关获得成功。

春秋时期，吴国有位贤士，名叫季札，有一次他出使路过徐国，顺道拜访他的老朋友徐君。徐君见有朋自远方来，十分高兴，设筵款待季札。

席间，季札发现徐君一双眼睛老是盯着自己佩戴的一把宝剑上，显出十分羡慕的神情，知道老朋友爱上了这个物件，只是不好意思开口，因自己还要佩此剑出使别国，也就没有主动表明相赠之意。

等到季札出使回来，路经徐国，再去探望徐君时，徐君却不幸患急病暴亡。季札非常悲痛，他把自己所佩的宝剑解下来，挂在徐君的灵位旁。

季札的随从感到奇怪，问他：“徐君已经死了，你

这把宝剑挂在这里还有什么用呢！”季札却说：“徐君在世的时候，我知道他很爱这把宝剑，因此早在心里作了要把这宝剑赠送给他的承诺，现在不能因为他已去世，看不到我承诺赐剑的行动，就违背自己的意愿！”

这就是史书上“季札挂剑”的故事。据传，季札挂剑报知己的事传开后，大家纷纷赞扬季札是一位品格高尚的正人君子。一些名士不远千里去投奔季札，以结交季札为荣。

俗语云：“门内有君子，门外君子至。”就是赞美品格在公关中的力量。

一个人做人，如果品格不高，那么给人的感觉势必气量狭窄，即使你有钱、有地位，也不能得到别人的看重。相反，如果你品格高尚，即使你没钱、没地位，也能使别人敬重。

这说明，我们的品格在人们心目中的地位，往往决定了我们在与他人公关中的分量。因此，注重自己的品格，表现自己的尊严，也就容易受到人们的尊敬，给人留下良好印象。

善良忠厚的公关品格

从古至今，人们对商人都有一个共同的偏见：无商不奸。这个偏见，使得一些正人君子把从商之道视为畏途，而一些初涉商海的人更受此误导，走入歧途。他们把坑蒙拐骗当做自己的生财之道，结果适得其反，最后

不是锒铛入狱，就是家破人亡。这样的结局是他们始料未及的。

纵观商界的成功者，他们的成功，都是因为具备了善良的本质。秉性忠厚、做事有原则，是他们立身商海而不被激烈的竞争浪潮打倒的根本原因。

美国成功的富商卡耐基说，他在年轻时候，曾被一个忠厚的人力车夫所感动。

这个年轻的车夫，每天靠拉客挣钱糊口。一天，一位顾客要去某条街，两人议价 15 元。到了目的地，顾客拿出两张 10 元的钞票，人力车夫找不开零钱。这位顾客说声“不用找了”，转身就走。但年轻车夫马上拦住他，对他说：“我不想多拿你的钱，请你耐心等等，我到那边烟摊换一下。”

这位顾客很受感动，觉得自己遇上了一个诚实的人。便连声说“其实不必要！其实没有必要！”年轻的车夫硬是固执地把零钱找还顾客。这位顾客为他的真诚所感动，只好把零钱收了下来。

年轻车夫该取的取之，不该取的则不取。他的正直人格感动了这位顾客。这位顾客不是别人，正是卡耐基。

卡耐基说，年轻车夫的这一举动深深影响了他，为他自身修养树立了风范。他风趣地说：“在长官眼里，谁不喜欢忠厚老实的下级呢！”反过来说，在这世界上所有的消费者，又有谁不愿意跟忠厚的商家打交道呢？

以诚取信的公关品格

诚实是商人的武器，而不是为谋利才打出的幌子。从事商业活动，与客户来往，如果总是一味抱着投机心理，见利忘义，能坑就坑，能骗就骗，只图近利，而不知广结善缘，久而久之，一定会露出狐狸尾巴，其结果必然是“五阎王开店，鬼也不上门”。

一次经商活动，就是一次诚实的交往。你用真诚去待人，别人必然以信任来回报你。

日本企业家小池，20岁时在一家公司当推销员。一次，他推销机器非常顺利，半个月就拿回了33份订单和订金，眼看自己即将获取可观的收入。

然而，就在这时，他发现自己代为推销的机器，比别的厂家出产的机器价格要昂贵些，他的心里非常矛盾，他想：“这事一旦让跟我订约的客户知道了，一定会因此对我的信誉产生怀疑……”

丢了订货的客户，对于一个推销员来说，就等于砸了自己的饭碗！最后，他拿定主意：宁愿这次生意做不成，也不能因此而使自己失信于人。

于是，小池立即拿着订单和订金去找客户。他花了整整三天的时间，逐一找到客户，老老实实向他们说明，自己所卖的机器比别家的昂贵。如果他们觉得不妥，可以解除契约。

他这种坦诚的做法，使客户大受感动，不但没有人向他提出退货的要求，反而更进一步地加深了对他的信任。

三、公关中的勇气力量

拿破仑曾说过：“在我的字典中，没有‘不可能’这个字眼！”

著名心理学家塞尼加有句名言：“失去金钱的人损失甚少；失去健康的人损失甚多；失去勇气的人损失一切。”

中国也有句古话：“两兵相接，勇者胜。”

何谓勇气？勇气就是敢作敢为，就是一种胆识、一种自信。世上没有一件事完完全全可以保证成功。成功的人和失败的人，其区别不在于意图的好坏、能力的大小，而在于是否具有自信，是否敢于采取行动，进行拼搏。

饭店业大王希尔顿，白手起家时只有 200 美元的本钱。为了筹建一个大饭店，他用充满自信的语言和行动四处游说，鼓动别人投资。很多人被他的自信征服，纷纷慷慨解囊。

谁知，饭店建造一半时，突然有人听信谣言，对希尔顿产生怀疑，要撤回投资。希尔顿知道，此时如打退堂鼓，饭店肯定建不成，还可能引起连锁反应，导致大家都纷纷收回投资。

希尔顿镇定如常，首先从银行取回这人所要投入的部分资金，亮给这人看，并问他：“你是要现金还是要支票？”这人一看希尔顿还有这么多钱，不像谣言说的

那样无力偿还，一时不知如何回答。

希尔顿抓住这人的动摇心理，充满信心地告诉他，投资后将会有多大可观的收益；如果撤回投资，不仅没有收益，还要为破坏合同而赔款，真是得不偿失。

希尔顿自信的举止和言行稳住了这人的心，使他同意继续投资，而希尔顿的大饭店也顺利建成了。现在，希尔顿的饭店在全世界已有不少分支机构。

试想，如果当时那人要收回投资，希尔顿当即辩驳不能收回投资，便显得毫无自信，那将会是另外一种结局。

四 公关中的幽默力量

在公关活动中，语言起着重要的沟通作用，而幽默的语言在调整公关关系、愉悦公关气氛上更能产生神奇的力量。

什么是幽默语言呢？大体常见的有如下几种形式：

1. 正话反说，正题反作

比如一个常见的话题，如采取违逆听众的心理说出来，就会使人感到新奇，引起不同凡响的效果。

法国人佛朗华以尊重女性著称，他一生中从未当面说令女性难堪的话。有一位长得很丑的妇女，自认为有办法让佛朗华破例，于是特来拜访他，要佛朗华对她的长相作个评价。

见面后，佛朗华说：“所有的女人都是天上掉下来

的天使，但是有些天使掉下来时，不幸的是鼻子先着了地。夫人，这不是您的错。”

对于非说不可但又不便直陈的事实和现象，幽默则用婉说、曲说、代说、易说等含蓄委婉的表达方式面对对方的“主动进攻”，佛朗华能“坚守城池不失”，便是有赖于高超的婉说艺术。在寥寥可数的话语中，既委婉地说出了事实，又适度地给人以安慰，充分体现出幽默的力量。

2. 含而不露，意味隽永

这是指不要把话说白了，要有一定的韵味，就像余音绕梁，三日不绝，能给人深沉的回味和思考。

有人问丘吉尔：“做一个政治家要具备什么条件？”丘吉尔回答：“政治家要能预言明天、下个月、明年即将发生的事情。”又问：“假如到时候预言的事情没有实现或发生，那怎么办呢？”丘吉尔回答说：“那就要说出个理由来。”

要说出“做一个政治家应具备什么条件”，绝非三言两语就能说清楚的，丘吉尔的成功就在于，用最简单的语言，说出了非常复杂的道理。幽默正是这样，需要有“片言明百句，坐役驰万里”的广度。

3. 比喻精巧，夸张适度

这就要在话中引入恰当的比喻，使说话的气氛轻松和谐，可收到言简意赅之效；同时也可作较夸张的表述，以引发人们的联想，开拓思路，使平淡的主题透出神奇的魅力。

美国著名政治家约翰·爱伦，在一次艰难的国会选

举时，就因为运用了几句幽默的话，而获得竞选的胜利，名扬全国。

当时，与爱伦竞争的对手，是一位与他旗鼓相当的人物——陶克将军。这位陶克将军曾在内战时功勋卓著，并曾任数届国会议员。

竞选之时，陶克将军发表了一篇煽动性的演讲，他说：“诸位亲爱的同胞，可能还记得十七年前的昨夜，我曾带兵在山上，与敌人进行过剧烈的激战，并在山上的树丛中睡了一晚。如果诸位没有忘记那次艰苦卓绝的战绩，那么在选举时，请不要忘记吃尽苦头、风餐露宿的那个造成伟大战绩的人！”

这种演说辞，在当时最能勾起人们的回忆，最能打动人心，但是爱伦却能在眼看对手快要成功时，只用几句幽默的语言，便把陶克将军那篇充满激情的演讲功效一笔勾销。

他说：“同胞们，陶克将军说得不错，他确实是在那场战争中享有盛名。但那时，我在他手下当一员无名小卒，代他出生入死，冲锋陷阵，甚至当他在树丛中安睡时，我还曾携了武器，直立荒郊，饱尝寒风冷露地保护他。诸位想象那时的情景，如果是同情陶克将军的，当然应该选他；反之，如果同情我的，就请支持我吧，我或许可对诸位的推选当之无愧！”

就这么几句带有幽默的轻松话，说得听众心服口服，立即争相支持他。不久，他便走进了国会大厦。

五、公关中的友情力量

交友是人生的一大乐趣，友情是催人奋进的巨大力量。孔圣人就曾讲过：“有朋自远方来，不亦乐乎？”在人与人的交往公关中，如果我们真心待人，那么我们就能够得到真诚的友谊，结交可信的朋友。

1. 君子之交淡如水

“君子之交淡如水”，是庄子在论述交友之道时的一句名言。意思是说，交朋友要保持如水一般的细水长流。也就是说，朋友之间的关系不必太过密切。如果彼此亲密，就过于随便，往往容易失礼于对方而不自觉，时间一长，就会生出怨隙和摩擦。

如果朋友之间的友情像水一样淡淡地长流不息，便永远不会感到厌倦，友情也会长久持续，同时给自己和别人留下回味的余地。

所以，庄子指出：“小人之交甘如饴。”甘饴，就是甜蜜的饴糖，用来形容互相粘住对方，但禁不住时间的考验，时间一久，关系就会疏远。

2. 和而不流，肝胆相照

古人云：“君子为人，和而不流。”意思是说：结交朋友，小事要“和”，大事“不流”。也就是说，朋友之间，在非原则问题上，应谦和礼让，宽厚仁慈；但在大是大非面前，应保持清醒，不能一团和气。有时你坚守

正义，可能要冒一定的风险或暂时受到委屈，但是只要无自私之念，肝胆相照，终会赢得人们的尊敬。

《说唐》一书中，有位莽勇将军，名叫尉迟恭，也就是旧日过年时贴在门上的那位手持双戟、目光炯炯的守护神，他其实是位“和而不流”的正人君子。

传说有一次，唐太宗李世民与吏部尚书唐俭下棋。唐俭性格爽直，不善逢迎，与皇上下棋也是那么争强好胜，只几下就把唐太宗打得落花流水。唐太宗损了面子，不禁大怒，以唐俭大不敬为借口，下令将唐俭贬到潭州作刺史。

唐俭走后，唐太宗还不甘心，又找来尉迟恭，要尉迟恭去潭州调查一下，看唐俭对自己的谪贬有无怨言，若有，便定唐俭死罪。

唐俭乃尉迟恭的同僚，也是好友。尉迟恭觉得皇上这样张网杀人太过分了，半天没有回答。当唐太宗问他第二遍时，尉迟恭便直言相谏，请皇上重新考虑对唐俭的处理问题。

唐太宗见尉迟恭不附和他，反而为唐俭说话，立即拂袖而去，使尉迟恭下不了台。但是，唐太宗毕竟是一代明君，回宫后仔细一想，自觉无理，于是宴请群臣，公开检讨自己的错误，大力表彰尉迟恭的品行。

由于尉迟恭的谏阻，唐俭得免一死，唐太宗也得免枉杀无辜的罪名。唐太宗还当众赏赐尉迟恭绸缎千匹。

我们与朋友相处，也应该像尉迟恭那样，如果是真心待人，就要对朋友加以爱护，见到不义或不善之举，

应加以纠正，虽不能纠正，亦不能助之。这就是友情的力量所在。

3. 交友择信，信而不爽

孔子曰：“人而无信，不知其可！”可见，古人择友，信在首要。不可想象，一个言而无信的人会拥有真正的朋友。

东汉太学里，有两位同窗的好友，一个是山东人范式，一个是河南人张劭。完成学业之后，两人分手，相互约定，两年后某月某日，由范式去张劭家联欢。

两年后的这一天，张劭高兴地对母亲说，范式今天要来了，快去备办酒菜。张劭的母亲不信，说山东到河南路途这么遥远，就是要来，也不一定今日能到。话没说完，果然有人禀报，范式风尘仆仆地起来了。张劭的母亲大喜，说范式真是讲信义的君子，与他交友，不会有错。

后来，张劭不幸暴病身亡。下葬那天，乡亲们突然发现，远处的大道上有一辆车疾驰而来，隐隐约约还可听到哭声。张劭之母说：“一定是范式来了！”

果然，车至跟前停下，范式手执麻绳，牵着灵车为好友张劭落葬，并说：“劭兄，生死异路，无法挽回，你我就此永别了！”

乡里近千余名送葬的客人闻之，同声落泪，都夸赞范式是位信而不爽的真正朋友。

4. 交友重侠，义在真心

《莱根谭》的作者洪自诚曾言：“交友须带三分侠

气。”何谓侠气？就是要有济困扶危、打倒强权的气度；要有以心换心的侠义真心。只有这样的朋友，友情才能持久，感情才能牢固，遇到事情才会互相帮助，彼此扶持，达到“有难同当，有福共享”的极致。

我们平时交朋友，都要带着三分侠义心肠去相交，即使是萍水相逢的陌生人，也会精诚所至，金石为开，成为真正的朋友。否则，或交际上的一般公关，或商场上的一般往来，或工作上的一般接触，是不会有真正友情的。

当然，侠义交友，绝非只讲义气而盲目地与友人胡作非为，黑社会的江湖义气，绝不可同侠义之气同日而语。一个真正以侠义交友的人，是和朋友互相规劝过失，互相勉励进取，互相切磋学问，互相保护不受恶势力侵犯相连的。同时，心存一颗真心，修持自身，并去影响他人。这样的友情才会产生力量，不但能独善其身，更能兼济天下。

六 公关中的魅力运用

在社会公关中，谁都希望自己能被对方接受，获得公关成功。但是，毋庸讳言，人性是趋炎附势的。你想要成功，在很大的程度上，要看你对对方有没有吸引力。

如何增加你的吸引力呢？

1. 善于表现自己

在这个社会上，谁都希望与有才能、有名望或有钱有势的人交往，因为与这些人交往，不仅利用价值高，而且也沾光不少，可以提高自己的地位和声誉。然而，在公关中，你不能猥琐自卑，低三下四地乞求于人，要善于表现自己的能耐，表现自己的优势，如此一来，你的公关，才能获得成功。

据说，有位某知名大学的毕业生，到一家公司求职。公司总经理问他，有什么优点？有什么特长？这位老兄却一味自谦，说：“我刚从大学毕业，并没有社会经验，是打算来贵公司学习的。”

公司总经理一听，心里暗暗发笑：既然你什么本事也没有，难道本公司免费供你饭吃？

这位大学毕业的老兄如此卑微的公关术，结果可想而知，他被公司总经理婉拒了。

第一次求职公关失败后，一位在商场取得成功、当上大老板的亲戚，传授给他如何表现自己的公关术，鼓励他再到这家公司去试试。

这位老兄遵照大老板的指点，将自己有关论述市场经济前景的大学毕业论文和平时在报刊杂志上所发表的有关销售、公关、谈判等方面的文章各复印一份，装订成册，在与那家公司总经理见面时，一下推到对方面前，说：“请你看看，就凭这些，你看我够不够格当贵公司的一名职员？”

公司总经理看完那些资料后，惊讶地发现，这位曾

被他拒绝的求职者，竟是这么一位有学识、有见地的商业人才，当即表态接纳他，并为他安排了一个很好的职位。

自谦碰了壁，自吹却获得成功，这充分说明，善于表现自己，确实是增加吸引力的公关技巧之一。

自谦没有错，但要根据公关对象的不同而灵活运用。如果是很了解你的人，你有才华而不表露，会令别人敬仰；如果别人不了解你，你有才华而不表露，别人就会觉得，你并没有什么真本事，而看你轻你。

2. 以礼待人

待人以礼，是一个人的文化素养和道德水准的表现。古代的名门望族，就强调要知书达礼。英国的王室贵族也规定，其成员从小就须接受宫廷礼仪训练。这些都是为了提高这些贵族名门后代的涵养，增加对公众的吸引力。

一位求职的大学生，讲了这样一个故事。他说：“我去某公司应聘，面试时，外面等了很多，叫到谁，谁就到经理室推门而入。点名叫到我时，我在门口敲门问：‘我可以进来吗？’经理说可以，我才进去了。”

他接着说：“几天后，我就被这家公司录取了。过了一段时间，我与公司的经理混熟了，我以轻松的口吻问他，究竟看中了我什么优点？经理回答说：‘说老实话，你哪里都不比别人强，我看中你的，是你进门时敲门。敲门说明你懂礼貌；而懂礼貌，说明你有教养；有教养的人，也许不能在公司有大作为，但起码不会给公