

<<卓越公关人>>

图书基本信息

书名：<<卓越公关人>>

13位ISBN编号：9787208053793

10位ISBN编号：7208053790

出版时间：2004-10

出版时间：上海人民出版社

作者：吴锦屏

页数：140

字数：128000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<卓越公关人>>

内容概要

公关是许多人向往、期待加入的时髦行业！

面对这个淘汰率高、流动性大、挑战多的职业，如何培养敏锐的嗅觉，活泼的创意，有效掌握同行动态，以达到最完美的境界？

吴锦屏与你一同分享她十年的经验与观察。

公关业属于一般营销业（公关、广告与营销）。

根据统计，营销业是死亡率最高的五大行业之一，由此可见营销从业人员的工作压力。

营销业虽然辛苦，但仍是许多年轻向往的行业之一。

继第一本入门书后，这本书将更深入探讨成为一位专业的公关人员应该具备的条件与特质、公关人员的生涯规划、如何处理客户抱怨，及最受欢迎的公关个案实例剖析。

本书是公关人员的进阶必读，深入探讨了成为一位公关人员应该具备的条件和特质；公关人的生涯规划；如何应对危机事件以及如何处理客户的抱怨。

作者选择了20个受人欢迎的公关案例，进行个案剖析，帮助你在短期内了解公关这一行业，进而成为一流的公关业人才。

作者简介：吴锦屏，IPG集团资深公关人，服务客户：可口可乐公司、亚马逊书店、强生公司、通用电器、肯德基。

学历：静宜大学外文系学士，赴美主修教育行政。

经历：曾任精英公关公司国外部经理，轴心公关公司顾问，樵传播顾问，谛怡公关顾问有限公司总经理；现任IPG集团在上海与台湾两大公关公司--万博宣伟与高诚公关公司的总经理。

在过去担任高诚公关总经理的三年中，一举拿下集团内部公关案例竞赛的三冠王、亚洲《公关周刊》（PRWeek）的“年度最佳新顾问公司奖”以及国际企业传播协会（IABC）的“金鹅毛笔奖”等公关奖项。

2004年7月，还凭借3M医药案例获得国际公关协会（IPRA）的“世界金奖”。

15年的公关生涯缔造了无数精彩出色的企业公关案例。

著作：《99分的记者会》、《卓越公关人》、《公关共和国》、《放胆去梦想》等。

服务客户：台湾太古可口可乐公司、荷商葛兰素史克公司（SB）、美国棉花协会（Cotton USA）、亚马逊书店（Amazon.com）、杜蕾斯保险套（Durex）、强生公司旗下杨森大药厂、博士伦眼镜公司、新西兰航空公司、美国肉类出口协会、双圣冰激凌、台湾贝氏堡公司（绿巨人）、莎莎化妆品、特力股份有限公司（B&Q、HOLA）、美国惠氏药厂（Wyeth）、丽婴房、台湾百胜肯德基公司、百视达国际有限公司、台湾保丽公司（L'OREAL）、万事达卡国际组织（Master Card）、德固赛（Degussa）、西门子（中国）有限公司（Siemens AG）、通用电气（中国）有限公司（GE China）、利乐中国有限公司（Tetra Pak）、可口可乐中国有限公司（Coca-Cola）、霍尼韦尔（中国）有限公司（Honeywell）、SKII、瑞士银行集团（UBS）、人头马（Remy Martin）、路易十三（Louis）、奔迈国际（Palm One）、自然美（Natural Beauty）、香港海洋公园（Ocean Park）等。

<<卓越公关人>>

书籍目录

序1：热爱公关序2：现代媒婆Diane前言专业公关 当个值钱的古董 专业人才的培养 专业公关须具备的条件 危机管理 公关的客服管理 Diane的私藏秘诀大公开实战公关 善用公关策略 创造时尚生活新趋势 ——减轻头发的年龄：采研 让高档的医药“平民化” ——从“葛兰素史克”的甲型肝炎疫苗公关案谈起 对高品质共同的执着 ——酩悦香槟十云赏献礼=完美的公关理念组合 超级巨人变成和蔼可亲的“好邻居” ——英国零售业巨人TESCO进军台湾市场 倚天剑+屠龙刀=武林盟主 ——玫当劳与迪斯尼“异业结盟”谱出“千禧梦想家” 由点至面的长期公关策略规划 ——惠氏药厂五年计划 季节性需要VS.扩大需求大饼 ——L'OREAL防晒保养品与美宝莲两用粉饼上市案 美宝莲 自然幻梦两用粉饼 凸显产品特色 直捣黄龙 ——舒洁芳香精油面纸产品上市公关案 逆向操作 ——舒洁家用纸巾变身中元祈福新法宝 善用专长与优势 打造品牌专业形象 ——恩法尔营销研究公司更名公关案.....附录1：IPG附录2：万博宣伟

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>