

<<专业与美丽>>

图书基本信息

书名：<<专业与美丽>>

13位ISBN编号：9787308102971

10位ISBN编号：7308102971

出版时间：2012-9

出版时间：浙江大学出版社

作者：丁菱娟

页数：164

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>

<<专业与美丽>>

内容概要

本书集结了资深公关人丁菱娟在台湾《经济日报》等刊物上发表的专栏文章，展现了这样一名从曾经的文艺少女成长为干练、成功的职业经理人的女性，在职场和创业当中对专业精神的感悟，以及她始终保持着的那份率性、美丽的真性情。

站在公司老板和“过来人”的角度，丁菱娟用篇篇短文提点读者，如何专业地摆平各种棘手难题、如何明智地权衡情理法、以及如何平衡工作与生活的关系，进而找到快乐工作的秘方：专业是谋生的必备基础，美丽是人脉关系的加值条件。

本书自2011年9月问世以来已加印三次，进入台湾畅销榜。

“在这本书里面，我写得很多的当然是我自己在职场这20多年来的反思；但有更多的部分，是我跟同事之间的对话，带给我的一些感想。

由于我朝夕和他们相处，可以更近距离地体会到这些年轻人的在工作上的一些压力，以及他们面对客户、同行以及上司或是下属时的一些挫折、无奈或是困扰。

那我就帮他们写下来。

我心想，他们心里的挫折跟困扰，应该也是时下一些年轻人普遍的挫折跟困扰。

所以写下来，也是希望可以鼓励更多的年轻人，正向地思考、然后勇敢地往前走。

”

丁菱娟在《专业与美丽》新书发布会上分享的话

<<专业与美丽>>

作者简介

——17岁，写下一曲《给你，呆呆！

》，获“金韵奖”并传唱台湾民谣圈；

——毕业后，就职宏碁和精英电脑，亲历台湾第一代企业公关人的诞生、成长；

——33岁，在经济不景气时毅然逆流而上，自行创立高科技公关公司，当起老板；

——
40岁，又把公司卖给跨国传播巨擘奥美集团，自此，她从本土创业者成长为一名跨国集团的职业经理人。

她，就是世纪奥美公关顾问公司的董事长，丁菱娟。

如今的丁菱娟，在业内被称为“全台湾科技业公关第一把交椅”——前后累积了20多年的公关营销经验，服务过上百家客户，深获众多CEO的信任，已成为台湾公关界的“意见领袖”。

英特尔、思科、戴尔等国际知名IT公司都指定由她负责台湾地区的公关事务；大陆的*****也曾多次请她的公司来策划公关活动。

她年轻时曾一手创立台湾廿一世纪公关公司，1994年获选台湾“最佳企业经理人”奖；后于2002年携团队加入全球奥美公关集团，整合为世纪奥美公关顾问公司。

在丁菱娟的带领下，世纪奥美业绩年年增长，成为奥美传播集团中的“模范生”，和台湾公关公司的领先者之一，并于2004及2005连续两年被《动脑杂志》评为“台湾地区最佳公关公司”第一名。

丁菱娟拥有淡江大学中文系学士学位及美国宾州布鲁斯堡大学（Bloomsburg University of Pennsylvania）企业管理硕士学位。

<<专业与美丽>>

书籍目录

序一我所认识的丁菱娟 / 宋秩铭 序二不一样的老板 / 白崇亮 序三一本有实践经验的教战手册 / 施振荣 自序工作不只是工作 开篇絮语专业与美丽 Chapter1公关业内事 “服务”与“顾问”的差别 有观点就有价值 营销人的门里门外 “蹲马步”的必要 创意一定要与众不同吗？
魔鬼藏在细节 为什么你不是经理？
白纸黑字有道理 合约没说的更重要 提升沟通效率 先下标题再说话 用故事说话 发言人的修为 学习说“不” 虎口下的反败为胜 在乎客户所在乎的 为何一通电话值百万 做个聪明的客户 Chapter2态度是一种美 专业里的真心 立场坚定，语气和缓 情、理、法孰重？
拿掉自己，看得更清楚 没有事实，只有诠释 不要自己吓自己 话说半分满，事做一分满 持续的力量 不受所学限制 从老板身上学习 老板也需要被鼓励 看透不点破 得失心 把自己当别人 向诱惑说No 好聚好散 先拥有再放下 Chapter3做老板的智慧 “做跳蚤”还是“当大象”？
事必躬亲并非好主管 学会授权，让我们看得更高更远 员工里的“猎人”与“农夫” 看见每个员工的优点 爱你的对手 相信直觉 乐意当个服从者 学着撤退 坚守两条线 让我们赌一局吧！
缩小自己，放大别人 说对话，得人缘 留点距离，让我们更近 难以割舍的革命情感 快去快回 不要在伙伴间挖角 Chapter4回首来时路 不要留在舒适区 无招胜有招 知识见识胆识 用纪律换取更多自由 判断比较放大 时机比时间重要 何苦为双袜子买双鞋？
懂得休息才懂得工作 揣摩上意坏大事 碰个面，喝杯咖啡吧！
认输才懂赢 保持住热情 先爱自己，才能爱别人 后记生命中的精灵

章节摘录

版权页：在乎客户所在乎的 碌来客户不会在意你所在乎的，直虱你在乎他所在意的，这才是客户服务的关键！

大家都喜欢讲成功的经验，但有些失败的故事更能启发人性。

在公关业，我们经常会受邀演讲。

多年前公司离职的一位主管曾受邀到某个社团讲“危机管理”。

讲这类的题目最精彩的是案例，然而最危险的也是案例。

因为很少有公司愿意把自己危机处理的案例分享出来；但是不说自己参与过的案例，又缺乏说服力与精彩度。

因此讲这个题目要非常小心并且有技巧，除非得到客户的同意，否则不能把客户名称公布，也不能“技术性犯规”似地让听众很容易猜出是哪家公司，这算是一种职业道德吧。

但是当时这位主管不但犯了这个致命的错误，还把当时客户处理危机的方法批评了一番。

当时恰好有位学员与客户是好朋友，这件事自然就传到了客户的耳朵里。

当时客户知道后非常的震怒，要求我与那位主管说明白。

当我找这位主管沟通时，没想到这位主管竟然认为他没有错，他觉得客户这件危机本来就处理得不好，根本就是错误的示范。

我错愕得说不出话来，身为客户的形象保护者，我们维护客户的品牌都来不及，怎么还主动去戳客户的痛处、却自认是正义的化身？

但是这位主管却始终坚信自己没有错，当然不愿跟我一起去客户处道歉。

这种行为就好像有人八卦地说三道四，却不考虑当事人的处境一样的可恶。

我只身前往客户处道歉。

客户无法接受当事人没有出现，不愿意再给我们任何机会，因此决定解除我们的合作合约以示惩罚。

我无言，对于员工犯的错，身为负责人的我也只能一并承受。

我难过与客户长期建立的关系毁于一旦，却只能惭愧地无言以对。

其实这个案例发生后，我当时就应该请这位主管走路，但是当时我的“妇人之仁”让我没立即做此决定，使得而后我为这位主管付出了极大的代价，公司又多丧失了几位客户，包括导致一家公司的结束。

这个教训让我明白，挑选高阶主管不论专业能力多强，若是观念不对、态度不好、没有反省能力，就不能胜任。

尤其爱以“正义之士”的姿态评断好坏是非的人更是可怕。

从事服务业的人，必须要拥有一颗“同理心”。

了解客户的需求、聆听他们的声音、站在对方的立场想，才能建立长远的伙伴关系。

原来客户不会在意你所在乎的，直到你在乎他所在意的，这才是客户服务的关键啊！

<<专业与美丽>>

编辑推荐

《专业与美丽:奥美资深公关人的职场平衡智慧》编辑推荐：奥美资深公关人丁菱娟，纵横职场20年，深刻领悟如何平衡专业智慧与美丽态度的独门心得！台湾三次加印，畅销客户服务业界的态度学习书！

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>