



## <<高效公关>>

### 内容概要

公关是用来提高组织声誉、强化与关键受众的关系、有效应对各类危机的一系列实用技巧与策略。本书涵盖了组织公关的各个主要方面，包括建设媒体关系、策划活动、制作有说服力的宣传材料等。掌握这些技巧，能帮助读者建立和提高公关技能，保证组织健康发展。

## <<高效公关>>

### 作者简介

莫伊·阿里(Moi Ali)拥有自己的公关及营销公司,专门为资金有限的小型企和非营利机构提供服务。她定期为公关和营销期刊供稿,著有《小企业公关和营销实务》、《非营利性机构营销自学指南》和《高效营销》等书。

## <<高效公关>>

### 书籍目录

出版说明

引言

第一章 公共关系的内涵

1.1 定义公共关系

基本概念

树立声誉

预测事件

1.2 在营销中运用公关

在营销组合中融入公关

相互配合

运用公关支持营销目标

1.3 有效沟通

理解沟通

确保双向沟通

发送正确信息

1.4 采用战略方法

理解战略

设定目标

确定目标受众

界定关键信息

实现目标

计划存档

评估有效性

衡量公关活动的有效性

第二章 培养公关技能

2.1 与员工沟通

信息透明

创造真正对话

采取沟通审计

2.2 经营公司声誉

引导形象审计

制订行动计划

维护声誉

2.3 关怀客户

优质服务

客户服务章程

随机应变

2.4 规划推广活动

打好基础

活动命名

制作材料

持续关注

2.5 组织活动

计划活动

设定日期

<<高效公关>>

.....  
第三章 媒体公关  
第四章 开展宣传  
专栏目录

## &lt;&lt;高效公关&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 公共关系的内涵 声誉，是一家公司最重要的资产之一。  
要明白如何建立公共关系、提高良好的印象，并且为何采取某项战略方法会保证成功。

1.1 定义公共关系 公共关系是一种可以为公司的成功作出重大贡献的强大工具。  
为了在你的主要受众中树立坚实、广受尊敬的声誉，要学会区别高效公共关系与肤浅宣传噱头。

基本概念 公共关系即是组织与公众之间交流问题与信息的方式。  
它是维护公司声誉的行为准则。

公共关系的目的是赢得公司主要受众的理解与支持，并且影响他们的观点与行为。  
这要通过一系列有计划、持续性的活动来实现。

树立声誉 公共关系的真正目的是建立当之无愧的声誉。  
这就涉及向客户提供最佳的关怀，与受众有效地沟通，对你的工作场所、当地社区以及环境表现出社会责任。

用来欺骗公众的低俗宣传噱头，或者把公众注意力从对公司不良行为的关注转移开的浮夸性活动，都会给公共关系带来坏名声，而且跟有效公关毫不沾边儿。

预测事件 有效公共关系是要预测明日的东西，而不是要为失误的决策向员工以及公众道歉。  
利用公关技巧，你不仅可以采取行动提高公司的声誉，还可以让你的同事明白公共关系如何使他们的工作更容易：说明公共关系如何帮助人力资源部门提高与员工的沟通；证明公共关系支持市场营销活动的价值；确保总裁知道良好的公关有助于促进更好的投资者关系，由此帮助提高股价。

1.2 在营销中运用公关 公共关系与市场营销之间的差别看似模糊，而这两者对于机构的成功起到的作用各有不同。

应用公共关系来支持市场营销活动，并且协调这两种不同的准则来达到最大效果。

在营销组合中融入公关 市场营销就是开发恰当价格的合适的产品，把它带到消费者能够购买的地方，并且推广以让人们了解它。

这几个部分被称为市场营销组合，或者4P：产品（product），价格（price），地点（place）以及促销（promotion）。

公共关系常被看做是该组合的第五个P，代表认知（perception）。

消费者更愿意与他们特别尊重的企业做业务，而有效的公关就会建立积极的认知，为成功的市场营销创造最有利的环境。

相互配合 为了达到最大效果，公关与市场营销活动应当相互协调。  
当市场营销部门做广告推广新产品与服务时，应当吸引有利的媒体报道来强化广告宣传效果。

使公司网站作为营销工具的同时也作为公关载体来使用。  
为记者营造一个区域，发布新闻、公布背景信息并提供新闻图片下载。

结合公关与市场营销活动，会远远大于分头行动的价值之和。

1.3 有效沟通 公共关系有时候被看做是沟通，因为有效对话是公关的核心。

为了保证成功，要确保沟通双向进行，并注意非语言以及无意识表达的信息。

理解沟通 良好沟通保证你与目标受众建立持久关系，改善不好的关系，并且化解会引起不快的误解。

沟通欠佳，会使客户感觉受到忽视，不愿再与你做生意。

评估所有沟通方式的有效性，例如书信、电子邮件、面对面谈话和宣传材料等。

确保双向沟通 切记，沟通是个双向过程。

发布正确信息的同时，公司还必须建立一个接收包括员工、客户、供货商以及公众在内的其他人的信息的机制。

要使人们便于与你沟通。

向外发送调查问卷以寻求反馈。

使用评论卡与意见箱。

在网站中应用电子邮件回复装置。

## <<高效公关>>

当你收到信息时，及时回复不辞辛苦与你联系的人，以显示你看重与对方沟通。

问问自己&hellip;&hellip; &middot;我们总会告知客户推迟时间吗？

&middot;我们总会告诉客户安排的变更吗？

&middot;我们是否告知客户相关内部消息，如任命新员工？

发送正确信息 保证你传达的任何信息都经过用心考虑，而非随意为之。

站在门口的粗壮门卫；表述规章制度的生硬标牌；或者态度不好、冷漠、不够专业的职员都会传达很大的负面信息。

它们发出公司不欢迎或不关心的信号。

不要忽略员工行为、政策以及办公流程的影响，它们可能会留下不好的印象。

如同第一次一般，重新审视你的公司。

你会有什么印象？

搜集新员工、新客户或首次到你公司的参观者的第一印象。

听取他们的意见，并根除无意间传达的负面信息。

&hellip;&hellip;

#### 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>