

第八章 公关活动（一）

重点掌握：日常接待、新闻发布会、
公关谈判、演讲、游说策动、广告文案等

难点掌握：新闻发布会、公关谈判



第一节 言语传播技巧

一、传播者方面

1. 明确言语传播的性质：是感情交流还是谈判，传递信息等
2. 明确角色
3. 在传播中投入全部身心
4. 注意细节问题
5. 了解和尊重接收者



二、传播内容

1. 确定传播主题后，紧扣主题，围绕主题形成自己的看法
2. 在传播中要重内容、重实质，避免华而不实

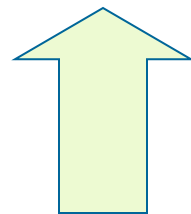
三、言语传播还应注意口语的流畅；声音的控制、非语言因素（不同场合不同的情绪表现）的传播作用及聆听艺术等。



- 有一个秀才去买柴，他对卖柴的人说：“荷薪者过来！”卖柴的人听不懂“荷薪者”三个字，但是听得懂“过来”两个字，于是把柴担到秀才前面。

秀才问他：“其价如何？”卖柴的人听不太懂这句话，但是听得懂“价”这个字，于是就告诉秀才价钱。

- 秀才接着说：“外实而内虚，烟多而焰少，请损之。”卖柴的人因为听不懂秀才的话，于是担着柴就走了。



口语表达要素

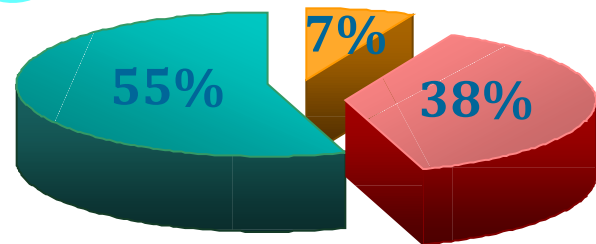
文字内容

肢体语言

声音语调



美国心理学家艾帕尔曾说：“人的感情表达由三个方面组成：**55%**的体语，**38%**的声音，**7%**的词语”



第二节 公关活动（言语传播在公关实务中的运用）

- 一、日常接待
- 二、新闻发布
- 三、公关谈判
- 四、演讲
- 五、游说策动



一、日常接待



- 1. 被动型日常接待

一般指社会组织在事前无准备的情况下，对上门来联系各种事务的公众的接待。

注意事项：

- (1) 首先要在符合礼貌原则的前提下，迅速问清和摸透上门公众的来意。
- (2) 要明确地给公众以答复。
- (3) 关心对方的去从。

2. 主动型日常接待:

指社会组织出于自身工作需要或工作必要,对于主动邀请上门的公众的接待.

有客人要来我校参观,领导要求办公室郝

问题一 主任拟定一个接待方案。郝主任首先需要弄清哪些事项?做好哪些准备工作?

- 1、了解来宾的人数、性别、身份;了解来宾抵达的时间及所乘车、船、飞机的班次。
- 2、安排迎接客人的车辆、人员,和来宾吃饭、住宿的地方。
- 3、了解目的要求,商定活动日程;专人联络。
- 4、组织各项活动;做好活动前的准备。
- 5、代购车船或飞机票。
- 6、安排送客车辆和人员。

来客接待安排表

来客				人数		
来客目的				领导人		
接待部门				接待人		
接待招待安排	时间	内容	负责人	地点	陪同人员	办事人员
主要活动安排	时间	内容	主持人	地点	参与人员	备注

二、新闻发布会

记者招待会又称为新闻发布会，是社会组织为公布重大新闻或解释重要方针政策而邀请新闻记者参加的一种公共关系专题活动。

（一）新闻发布会的特点

A、正规隆重

形式正规，档次较高。参加者有身份和地位。

B、沟通活跃

发布信息、相互问答，双方沟通时间长，接触深。

C、传播迅速

发布信息速度快，扩散面广，社会影响大。

新闻发布会对用于树立或维护组织形象，协调公共关系，引导舆论倾向。

(二) 新闻发布会的工作环节：

- (1) 确定主题：即召开新闻发布会理由。如：详细解释事件、澄清事实真相，还是公布重大信息、介绍新产品等。



(2) 邀请记者:

- 确定邀请的地区范围：哪些媒体、哪条线的记者，及其他相关重要公众。



(3) 会前准备:

- 费用预算, 印发请柬, 布置场地, 准备参观的实物、图片, 编印报道材料, 准备主持提纲、发言稿与应答数据, 适当安排“托儿”。



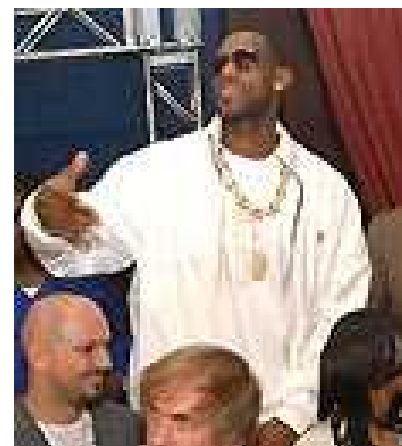
(4) 选定主持人和发言人:

- 主持人要有控制记者会的经验和能力；发言人是核心，一般由组织的高层领导人员担当。



(5) 收集反馈信息:

- 在召开新闻发布会的过程中，注意气氛动态，了解与会者的态度和意见；会后收集媒体报道情况，评估效果。



(三) 新闻发布会前的准备

- 1、确定举行招待会的必要性；
- 2、确定应邀者的范围；
- 3、资料准备：
 - 一是会上发言人的发言提纲和报道提纲；
 - 二是有关的辅助材料。
- 4、选择记者招待会的地点和时间；
- 5、确定主持人和发言人；
- 6、组织记者参观的准备；
- 7、小型宴请的安排；
- 8、其他。





(四) 新闻发布会中的注意事项

- 1、会议发言人和主持人应相互配合；
- 2、对不愿发表和透露的内容应委婉解释；
- 3、遇到回答不了的问题应告诉记者如何去获得圆满答案；
- 4、不要随便打断或阻止记者的发言和提问；
- 5、所发布的消息必须准确无误。



（四）新闻发布会后的工作

- 1、检查是否达到了预定目标，是否造成消极影响。
- 2、对照签到簿，看与会记者是否都发了稿件，并对稿件的内容及倾向作出分析。
- 3、收集与会记者及其他代表对会议的反应。
- 4、整理会议记录材料，对招待会做总结。



三、公关谈判

• (1) 概念

指双方或数方组织就一项涉及到各方利益的问题，利用协商的手段，经反复调整各自的目标，在满足己方的利益下取得一致的过程。

由上可见，其含义包含四个基本内容：

- A、两个或两个以上参加者。
- B、各方都有自己的目标和利益。
- C、主要手段是协商
- D、成功的前提：各方利益大部分都得到满足。



通过“存大同，求小异”，达到“双赢”。



教徒与神父的故事

有一位教徒问神父：“我可以在祈祷时抽烟吗？”他的请求遭到神父的严厉斥责。而另一位教徒又去问神父：“我可以吸烟时祈祷吗？”后一个教徒的请求却得到允许，悠闲地抽起了烟。

这两个教徒发问的目的和内容完全相同，只是谈判语言表达方式不同，但得到的结果却相反。由此看来，表达技巧高明才能赢得期望的谈判效果。

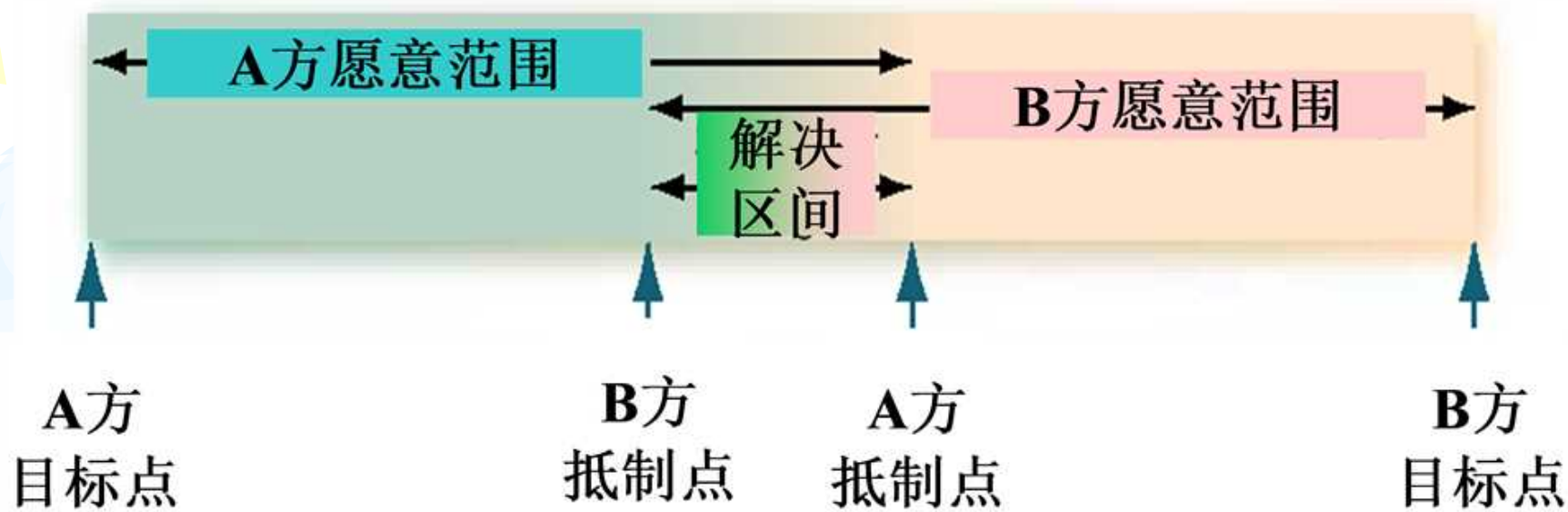


(2) 公关谈判的基本原则

- 友好协商原则
- 平等互利原则
- 合法性原则
- 时效性原则
- 最低目标原则



谈判区的标示



(3) 谈判的一般程序

- 谈判一般分**准备**、**交锋**、**妥协**让步三个阶段，因此谈判的工作程序也是围绕这三个方面进行的。

A、准备阶段

准备阶段的工作可分为以下几个环节：

[1] 确立意向（是否谈判）和目标（最高、最低目标）。

[2] 收集资料

[3] 制定谈判方略

根据谈判目标（最高最低）设计谈判技巧

[4] 人员选择

首席代表：具有优秀的观察、判断、表达能力和坚强、自信、沉着的意志品质。

随从人员：有优秀的观察、判断、表达能力；组织纪律性强，协调能力强。

B、谈判的进行过程。一般分5个阶段：

- （一）开局阶段：
- 进入正式谈判前奏，由主持人或双方领队作人员介绍，相互了解，为正式谈判营造和谐气氛。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/505002012331011211>