

<<99分的记者会>>

图书基本信息

书名：<<99分的记者会>>

13位ISBN编号：9787208053786

10位ISBN编号：7208053782

出版时间：2004-11

出版时间：上海人民出版社

作者：吴锦屏

页数：163

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>

<<99分的记者会>>

内容概要

《百变公关：99分的记者会》书共分三大篇：如何办一个99分的记者会，书中完整的公关流程，实用的操作范本，以及作者本人精辟的经验总结，想不办成功也难。

EVENT营销规划与造势，告诉你什么是事件营销，在面对各式各样的EVENT时，该如何寻求创意，如何办一场完美的活动。

魅力无可挡的实战，不同的创意构思，不同的思考角度，这12个成功案例定会开阔你的思路，拓宽你的眼蜀。

<<99分的记者会>>

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。

<<99分的记者会>>

书籍目录

序1：公关人与公关活动的特性序2：魅力公关的最佳代言人 自序：吃补不吃苦前言如何办一个99分的记者会 一、为什么要办记者会二、先天要“良”，后天才能不失调三、制定明确、有创意的主题四、企业与公关公司配合及分工五、如何与媒体沟通六、如何预测或评估记者会执行绩效范例1：百安居开幕记者会活动流程范例2：媒体操作基本要则范例3：媒体公关概说范例4：媒体名单EVENT营销规划与造势一、何谓事件营销（EVENT）二、EVENT的纵横关系三、EVENT的创意激荡四、从媒体特性看EVENT五、如何预测和评估EVENT的执行绩效六、新闻写作的自我训练范例5：记者会当天工作分配范例6：小型记者会现场准备事项范例7：记者会现场准备、布置工作流程范例8：记者会现场工作分配范例9：活动准备期的工作进度范例10：大型活动会场准备事项范例11：工作组别组织架构魅力无可挡的成功实战可口可乐奥林匹克年——体育活动的造势及国际媒体运作……后记附录1：IPG集团附录2：万博宣布

<<99分的记者会>>

章节摘录

公关新手入门如果不具有媒体背景或相关经验，通常第一年除了要忙着了解与媒体沟通的技巧和四种媒体的运作特性，还要熟悉企业客户的行业，等于是得“脚踏两条船”，因此公关人员必须不怕吃苦、学习新事物的能力要快，“speak their language”，才能与记者打交道。种种的压力，也是造成公关人员淘汰率和流动性很高的原因之一。

公关从业人员每天接触媒体、与媒体打交道，对媒体的特性自然不能不知。一般而言，大众媒体可分为四种，分别为报纸、杂志、电视和广播四大类，以报社记者为例，公关新兵入行后的第一件事就是要学会不要打扰记者写稿，同时对于经常联络的记者，最好也要搜集其过去写过的相关作品，了解其写作的调性或是比较偏爱的兴趣和角度，也就是了解自己服务的“客户”的需要和喜爱，视其需求适时适度提供服务，否则不管记者特别需求而一味给予“填鸭式的新闻”，往往会变成“投篮新闻”，也就是被记者揉成一团、当成篮球般丢到字纸篓练准头了。

据粗略估计，约有50%的新闻稿可能只是瞄了一眼标题、浏览一下内文，就成为“投篮新闻”了，侥幸存活的那50%还要一起竞争有限的版面，其中只有少数新闻可以成为头条或是在版面上占据重要的位置，大部分都只是“豆腐干”（亦即只有见报一小块版面，或是只是一百字的简讯一则）。这就如同后宫嫔妃三千人，最后真正能受到“宠幸”的，实在少之又少，如果皇帝瞄第一眼就没兴趣，这辈子就得住冷宫了。

因此这也是了解媒体特性的重要之处。

.....

<<99分的记者会>>

编辑推荐

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。

<<99分的记者会>>

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>