第一图书网, tushu007.com

<<奥美观点精选公关卷>>

图书基本信息

书名：<<奥美观点精选公关卷>>

13位ISBN编号：9787509201176

10位ISBN编号：7509201179

出版时间：2009-7

出版时间：中国市场出版社

作者：奥美公司

页数：168

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

第一图书网, tushu007.com

前言

1993年春的某个下午，刚到广告公司工作不久的我，在北京海淀图书城一家书店的角落里发现了一本名为《一个广告人的自白》的小书，作者叫大卫·奥格威。
那之前，我既没听说过这本书，也不知道大卫·奥格威是何许人也。
但书的内容马上抓住了我。
我买回去，如饥似渴地读完，对广告业一片混沌的头脑突然开了个窍。
《一个广告人的自白》成了真正意义上引我入行的第一本专业书，大卫·奥格威也成了我所熟知的第一位广告大师，自此，我对奥美、奥美人物和与奥美有关的书产生了无比的倾慕。
1995年，我创办北京广告人书店（后更名龙之媒广告

第一图书网, tushu007.com

内容概要

作为全球最大的营销传播集团之一，奥美公司为众多世界知名的品牌提供专业性的策略顾问和传播服务，如广告、顾客关系营销、公关关系、互动营销、促销和视觉管理等。
而奥美自身，也成为一个值得尊重、高品质、有着非凡创造力和才智的品牌。
知识的分享与传承一直是奥美整合营销传播集团引以为傲的企业文化，先前出版的奥美系列丛书成功地将奥美长久积淀与创新探索而得的思考模式与运作方法与读者分享，并获得了极大回响。
最新策划的《奥美观点精选》系列丛书，按关键议题分为广告、文化、行销、品牌、公关五卷

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

公关发展的新趋势组织沟通塑造企业文化谈企业的危机管理：危机处理与应变的执行原则危机如何“管理”消费者抱怨事件之危机处理经验谈赞助活动——做与不做间的抉择媒体报道发展策略——谈台湾IBM40周年传播活动走过从前看公关超级好朋友就是我奥美公关相信之Workplace Performance一个资深公关人的自白——写于奥美公关十周年中国大陆的公关市场商机“山巅之上，仍有白云”——对公共关系在中国的一点看法E公关时代成功的奥美来自于全体奥美人的努力IBM深蓝团队来访幕后故事大公开企

章节摘录

第四，跨地域性的同步危机管理能力及资讯汇整已成必要　　随着网络及传媒的发展，资讯早已无国界。
地区性的危机也就可能通过科技传媒的力量，在其他地区燃起火花。
也因此，当国际性品牌发生地区性危机时，尽可能知会其他邻近地区的管理阶层相关资讯，将能有效防范危机的跨区蔓延。
案例三的伪制隐形眼镜药水事件，客户的香港分公司即曾接获香港传媒询问，所幸客户及时传输所有资讯，使得状况很快就解除。
第五。
掌握新闻媒体的最新发展，才能拟定正确的沟通策略　　新闻媒体对危机处理有高度的影响性，因为危机扩散与企业回应都是通过媒

第一图书网, tushu007.com

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