第一图书网, tushu007.com

<<说出你的重点>>

图书基本信息

书名：<<说出你的重点>>

13位ISBN编号：9787545405064

10位ISBN编号：7545405064

出版时间：2010-9

出版时间：广东经济出版社

作者：戴维·巴特莱特

页数：222

译者：余瀛波

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

前言

《说出你的重点》一书已经摆在了你的面前。
当这本书摆在张悟本的面前时，不知道他作何感想？
当这本书摆在外交部发言人的面前时，他们又会如何解读？
当这本书在公司高管手里的时候，他们是否会联想到自己大会上发言的情景？
当这本书的文字跳跃在中国广大的公关人员及销售人员面前时，他们是否知道他们手里的不仅是一本书，而是一种武器，源自系统思考后的武器，是用西方逻辑思维武装起来的火力，是作者长达30年的思想沉淀出来的传播武器！
为何？
2010年5月29日，张悟本打破多日的沉默，终于接受中央电视台《经济半小时》的独家专访。
经过三个多小时的交谈，张悟本勉强同意在家人和律师的陪同下，回答四个问题。
让我们看他回答的第一个问题。
记者问：“有很多人说张悟本是神医，你怎么看？
”张悟本回答道：“世界上哪有神医啊，其实大家都看我就一个普通人。
没有神医，一个没有神，我也不是医，首先要澄清这点。
”　　如果张悟本在回答央视记者问题时，能够读一下这本书就好了。
其实，只要阅读第8章中“破解公关危机”就足够了。
那么，他的回答将完全不同。
记者问题的核心并不是张悟本是否是神医！

第一图书网, tushu007.com

内容概要

引领舆论，制造明星企业。
2008年，三鹿集团在强大的舆论压力下破产。
2009年，丰田集团在全球大规模召回汽车。
2010年，富士康员工自杀事件频繁发生。
2010年，通用集团被迫召回百万辆汽车。
随着品牌竞争的日趋激烈以及媒体监督和经济法规的逐步完善，越来越多的品牌危机出现在公众的视线中。
在激烈的市场竞争中，能否预防危机，能否成功地进行危机公关，关乎企业的生死存亡。
《说出你的重点》揭秘媒体传播的内幕，为你提供高效的行动准则，既能有效帮助你未雨绸缪、预防危机，也能让你掌握种种技巧破解公关危机。
无论你的目标受众是政府官员，还是普通民众，运用本书的策略，你都能有效传递出核心信息，实现最好的传播效果。

作者简介

戴维·巴特莱特，美国最权威的危机公关专家，广受追捧的传播专家，美国知名媒体人。
凭借三十多年来作为新闻记者和企业公关顾问的丰富经验，戴维·巴特莱特帮助了许多财富100强企业成功应对全美国最难缠的新闻工作者和“60分钟”、“夜线”、“20/20”等新闻组织。
他还为许多大型企业提供过最有效的传播策略、做过新闻发言人，这些企业遍及制造业、水电煤气业、制药业、化工业、食品加工业、生物科技业、财务服务业等行业。
戴维·巴特莱特是全世界最大的电子新闻行业专业组织——广播电视新闻主管协会（RTNDA）的主席。
他还曾担任许多知名媒体的高级经理，其中包括美国全国广播公司（NBC Radio）、美国之声（Voice of America）、世广卫星集团（WorldSpace）等。
他还为美国公共电视网（PBS）、国际新闻学会（IPI）等知名新闻机构撰写文稿。
目前，戴维·巴特莱特任美国著名的Levick战略传播公司副总裁。

<<说出你的重点>>

书籍目录

专家推荐序Ⅰ用你的传播拨动心弦专家推荐序Ⅱ说话就是生产力权威推荐序言本书缘起第1章 高效传播的策略事实、信息和情感孰轻孰重挑起受众的兴趣先发制人话题的两面性卡夫公司的胜利小问题，大危机引导公众舆论第2章 来自亚里士多德的建议信息传播从人性出发有效的信息总是充满情感我们关怀，我们承诺，我们行动逻辑、伦理和情感用“ 减法 ”来实现“ 加法 ”数字的烦恼第3章 说出你的重点将原则付诸实践设立战略目标锁定目标受众尊重受众情感预测战略问题回避特殊问题明确关键信息运用信息金字塔快速过渡到主题提防消极暗示测试信息的有效性争取到最多的支持者第4章 塑造完美传播让你的观点打动人心与自然压力和谐共处如何让受众记住你的话绝不浪费一秒钟给你的观点“ 瘦身 ”为耳朵而写好故事胜过千言万语第5章 如何让你的演讲更精彩你只需锁定一名听众目光接触的秘密如何正确使用幻灯片先转身再讲话善用肢体语言如何声情并茂地诵读文稿让你的声音成为动人的音乐停顿的力量注意你的仪表问答环节的关键点第6章 展望媒体版图了解规则与赢得游戏各种形式的媒体媒体带来的机遇与挑战欢迎来到博客世界什么产生新闻媒体需要什么记者们在忙什么编辑的重要角色第7章 与媒体交手有绝招如何面对媒体采访如何叫卖你的观点面对采访请求说还是不说驾驭采访的10大杀手锏警惕幽默的反作用应对电子媒体小心你的麦克风注意你的口头禅避免使用代名词准备好采访场地如何闪亮出镜接受采访的小技巧电台脱口秀第8章 破解公关危机包机中的传播防患于未然……第9章 完美风险传播策略结束语

章节摘录

第1章　高效传播的策略　　事实、信息和情感孰轻孰重　　怎样才能让听众集中注意力？
怎样让对方相信你说的话？
怎样让他们记住你说的重点？
这些都是我们不时会碰到的问题。
当年，古希腊哲学家亚里士多德在分析这个问题时，曾这样总结：有效的传播往往关乎人性，而非冰冷的事实。
由于过去的2000多年中，人性本身并未改变多少，所以，这种理解并感受他人的能力，即情感智力（Emotional Intelligence）仍是有效沟通的实质。
在“泰诺危机”中，当众多专家认定泰诺这种产品会造成致命伤害的时候，为什么强生公司能在保持企业信念的前提下，还成功挽救了产品？
很大程度上，这和一家公司对消费者倾注的情感关怀（即是消费者的生与死）有关。
但是，最近SUV因为轮胎问题而出现了一系列严重的交通事故，Firestone公司却受到了指控。
为何面临一个非常相似的状况，Firestone却惨败而归？
因为人的情感能起到关键性的作用，Firestone却没考虑到这一点。
所以一旦某个品牌出现差错，不管人们曾经对它多么信任，最后都很难恢复顾客的信任度。
也许数据可以说服一名工程师，但是，对于一名受到惊吓的年轻母亲来说，数据毫无意义。
她一定不想每次开着SUV和孩子出门时，还要为Firestone轮胎的质量担惊受怕。
能言善辩，能恰到好处引用或成功避开话题陷阱仅仅是有效传播的一部分。
在今天这个信息爆炸的时代，要成为真正的“沟通强人”，必须要有一整套经过缜密思考的传播策略和方法。
……

媒体关注与评论

戴维·巴特莱特是当今美国最权威的传播领域专家之一。
运用这部伟大的作品，无论你是面对一个人还是面对一群人，你都能达到更佳的传播效果。
我诚挚地向每一个渴望成功的人推荐本书。
——罗杰·道森 克林顿首席谈判顾问　　戴维·巴特莱特深谙传播之道，无论你是向成千上万的人发表公开演讲，还是向办公室的同事传递信息，《说出你的重点》都是你最好的帮手。
——罗恩·内森 前美国白宫发言人　　在以知识传播为王的信息时代，只有引领舆论的企业，方能在激烈的竞争中独占鳌头。
《说出你的重点》教你如何利用每一次传播机会，有效化解每一场公关危机。
本书值得你一读！
——李月庆 上海天翼图书有限公司总经理

编辑推荐

美国权威公关专家首部著作登陆中国！
“声”入人心，打造企业完美形象！
借力使力，危机公关要讨巧。
你在媒体上看到的都只是表演，你可以操纵这场表演！
手持公关强火力武器，开口说出你的重点！
克林顿首席谈判顾问罗杰·道森，前美国白宫发言人罗恩·内森，中央人民广播电台知名主持人杨思卓，中国十大营销销售专家之一孙路弘鼎力推荐。

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