

<<扫雷>>

图书基本信息

书名：<<扫雷>>

13位ISBN编号：9787506019736

10位ISBN编号：7506019736

出版时间：2004-1

出版时间：东方出版社

作者：吴应快

页数：212

字数：200000

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>

<<扫雷>>

内容概要

一个个知名品牌的泯灭，以及一个个新品牌的诞生，无不传达着每一个企业都自下而上在危机之中。危机处理得当与否。

关系到企业能否在激烈的市场竞争中生存、发展、壮大。

进行危机公关的管理就要了解危机产生的原因，摆正面对危机的态度，建立预防危机体系，制订解决危机的策略，进而利用/策划危机——直到危机转为商机，是为危机公关管理之真谛！

理论从实践中总结，在实践中完善，企业危机公关的处理亦是如此。

书中精选了46个经典危机案例，为企业或者公关专业人员提供一种危机公关管理的借鉴与示范。

立足于操作，书中还详解媒体沟通，舆论控制、新闻发布会等实战内容，以供参考。

作者简介

吴应快

经济学硕士，现任北京诚智合力公关策划有限公司策划总监。

多年公关行业从业经历，从撰写公关稿做起，先后在多家专业公关公司为IT、汽车、家电、快速消费品、保健品等待业的几十家国内外企业做过公关策划，经验丰富的专业公关人士。

张志强

中文硕士，尝试了

书籍目录

丛书前言序第一章 现代企业的危机公关概述第二章 企业危机公关源自何处文化风俗与消费者习惯领导危机劳资纠纷集体跳槽假冒伪劣安全问题财务丑闻客房纠纷恶性竞争政治危机环境污染社会危机第三章 如何面对企业危机公关速度=效益各种处理态度剖析如何应对新闻媒体第四章 如何预防企业危机战略预防：CS营销内部预防：采购、生产、销售、管理、服务外部预防：信息监测与调研辅助预防：舆论引导、品牌宣传如何建立一只专业的危机预防队伍如何建立危机案例库第五章 如何解决企业危机舆论疏导寻找危机源头企业行为解决危机的步骤如何开新闻发布会危机公关的效果评估第六章 如何利用与策划企业危机公关危机公关炒作的前提危机如何转为商机如何策划危机公关策划危机公关应该具备什么条件第七章 经典危机案例剖析与启示危机公关失败案例之一——三株口服液危机公关失败案例之二——同仁堂败笔危机公关失败案例之三——酒王秦池危机公关成功案例之一——新东方危机公关成功案例之二——紫光笔记本CPU事件危机公关成功案例之三——汽丰田问题广告危机公关不完全成功案例——重庆火锅底料问题危机公关不完全成功案例——羽绒服“鸭鹅之争”危机公关不完全成功案例——中洋涂脂抹粉料大比拼小结第八章 竞争情报与企业危机公关社会化危机管理时代的来临竞争情报与企业危机公关企业网媒公关和预警实务媒体，朋友还是敌人危机公关案例分析

<<扫雷>>

媒体关注与评论

书评灭亡必从危机开始，危机未必走向灭亡，企业成功之道就是在不断修正中成长。
对于企业而言，危机既是风险又是机遇，恰当的危机公关就是要化解危机，发现新的机遇。

<<扫雷>>

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>