

《企业内外部公共关系认知与拓展》

(2天)

课程对象：

所有高层领导：总经理、副总经理、总监等；

课程目标：

- ◇ 了解公共关系的本质
- ◇ 了解内部公共关系与外部公共关系
- ◇ 掌握提升员工关系的关键要素
- ◇ 掌握提升领导关系的关键要素
- ◇ 掌握客户的心理认知与需求
- ◇ 掌握与媒介互动的方法与技巧
- ◇ 掌握与政府人员打交道的方法
- ◇ 掌握与社区互动关系提升的途径
- ◇ 掌握与同行关系的本质
- ◇ 如何让名流给自己留名

课程大纲：

第一部分 企业内部公共关系认知与拓展

一、与员工关系的认知与拓展

总纲：建立良好员工关系的三大支柱：沟通、激励、企业文化

- 1、员工到底需要什么？
- 2、不可忽视的员工心理认知：人性
- 3、与员工沟通的核心与关键
- 4、激励的行为原则、动力原则、匹配原则
- 5、什么是真正的文化？
- 6、如何才能让文化落地？而不仅仅是说在嘴上、写在纸上、挂在墙上？

二、与领导关系的认知与拓展

- 1、领导可以管理吗？
- 2、是领导需要了解我们，还是我们需要了解领导？
- 3、领导喜欢什么与害怕什么？
- 4、所有的领导最爱什么？
- 5、几种流行的领导理论到底有多大作用？
- 6、领导理论与现实中的领导关系到底有多大差距？

第二部分 企业外部公共关系认知与拓展

一、客户关系

- 1、客户到底是不是上帝？
- 2、在与客户的博弈中，我们是不是“弱势群体”？
- 3、客户的心里到底在想什么？
- 4、客户的心理需求分析
- 5、客户投诉了，天就塌下来了吗？
- 6、如何处理好客户投诉？
- 7、反求诸己：我是客户吗？

二、媒介关系

总纲：什么是媒介关系？有多少媒介需要建立关系？

- 1、如何给记者分类，从而培养核心记者圈？
- 2、保持日常信息的供给，成为记者的参谋
- 3、成为行业的专家，让记者趋之若鹜
- 4、及时反馈记者的采访要求
- 5、做好背后的工作
- 6、如果危机来了，该如何面对？
- 7、谁该是危机管理小组的组长？
- 8、面对媒体，该如何讲话？

三、政府关系

总纲：到底是大政府小企业好，还是小政府大企业好？

- 1、政府是不是“流氓”？政府的代表呢？

2、反腐斗争下的政府关系，到底该如何面对？

2、加强与政府的信息交流

3、熟悉政府机构的办事程序

4、扩大组织在政府部门中的信誉

四、社区关系

总纲：什么是社区关系？对象有哪些？如何建立与社区的良性互动关系？

1、避免因组织活动影响或骚扰社区

2、经常给社区一定的“福利”或好处

3、积极承担社区公益活动

4、走进社区、驻扎社区

五、名流关系

总纲：哪些人哪类人是社会名流？名流的号召力到底有多大？

1、充分利用名人资源

2、避免名人泡沫现象

3、案例分析

六、同行关系

1、同行到底是不是冤家？

2、保持与同行同级别的交流与互动

3、争取与同行高级别的交往与交流

4、不可忽视同行低级别

5、让同行为你“有口皆碑”