

《行銷新勢力 - 超強公關年代》

图书基本信息

书名：《行銷新勢力 - 超強公關年代》

13位ISBN编号：9789571342160

10位ISBN编号：9571342165

出版时间：2004年11月15日

出版社：時報文化

作者：黃鼎翎

页数：208

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《行銷新勢力 - 超強公關年代》

內容概要

公關新紀元即將到來！
你只知道花錢買廣告為產品做行銷？
整合行銷傳播的新趨勢已席捲整個行銷界，
公關占其中的核心地位，
擁有公關經驗的行銷人更是企業首要延攬人才，
你還不懂公關是什麼嗎？

公關絕對是一門複雜的學問，是一個行銷學習上的熱門新課題，更是一股未來不可擋的行銷新勢力。在行銷已邁向三百六十度全傳播的必然趨勢下，一個有遠見與企圖的行銷專業人才，除非你立定志向一開始即投入專業公關公司的懷抱，否則，真的很難從一般管道中學得公關通論外的實務作業知識。

坊間除了有一些零星的參考書籍與資料可窺知公關實務一二外，還有一些由國外專業大師在不同國情下發展的案例說明，好讓我們這些公關稀有人種在有限的菜色中間香知味，揣其皮肉，但也始終遺憾好味只聞不嘗，難剖其骨。這也讓許多好學好問的年輕朋友覺得意猶未盡，求知若渴，基此，筆者才有了寫此書的強烈動機與良善意圖。

此書首度嘗試公開公關人近兩年來發生的精采公關案例，也都是台灣第一次本土個案的真實剖析，在產業中實屬難得，更克服了許多「公開」上的難題，絕不藏私。在全書第一單元的成功案例中，我均以「公關任務」、「解決方案」、「成功關鍵」、及「客戶觀點」來說明每一個公關案例的策略與實務操作，並透過了客戶的觀點來建立更客觀的參考價值。另外，我堅持每個案例以多張逼真的現場照片試圖帶讀者親臨事件現場，強化你的想像，期待加強閱讀時的臨場感。

接者，筆者在此書的第二單元中，要和企業客戶，以及各位身在其中或即將成為產業中菁英的朋友們說些難得的真心話。或許有些言語聽來刺耳，但卻是我一路20年來的公關行銷生涯中，最想對您告白的真心話，至於所言價值如何，我想讀者心中自有評價。

最後，一般公關人多談成功案例，少談「凸槌」事件，但我認為有些失敗的案例對你我來說更有學習的空間，所以我也率公關業風氣之先坦然暢言。在這三個寶貴的案例中，我以「凸槌案例描述」、「應變策略」、「有感而發」來傳遞凸槌事件發生的情境，並試圖提出檢討，以提供讀者良心的建議，希望你下回萬一不幸與我發生類似狀況時，能即時記住我的建議與應變策略，或許就可以逢凶化吉。

《行銷新勢力 - 超強公關年代》

作者簡介

黃鼎翎

先勢公關總經理。世新編採畢，資深公關人，擁有企業公關與公關公司近十八年之豐富經驗，企業內外部之行銷公關資歷完整。

曾任職國內多家知名企業，擔任行銷、業務部門主管與公共事務之統籌，深諳企業經營、整體產業環境與傳播媒體生態的互動關係與操作。

《行銷新勢力 - 超強公關年代》

書籍目錄

《行銷新勢力 - 超強公關年代》

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:www.tushu000.com