

<<麦克劳林教你危机沟通>>

图书基本信息

书名：<<麦克劳林教你危机沟通>>

13位ISBN编号：9787801878090

10位ISBN编号：7801878094

出版时间：2005-9

出版时间：新世界

作者：巴里·麦克劳林

译者：刘祥亚

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>

## <<麦克劳林教你危机沟通>>

### 内容概要

《麦克劳林教你危机沟通》一书将告诉你：如何帮助社区、客户和公众克服恐惧？  
如何在敏感问题或爆炸性的问题上树立信誉？  
如何在紧急情况中进行有效沟通？  
如何在危急时刻处理与媒体的关系？  
如何在遭遇风险和危机时制定有效沟通策略？

本书是全球畅销的公共沟通力培训手册，由国际知名的培训专家撰写，教会读者在组织遇到危机时如何与员工、股东、客户及主要利益相关人进行沟通。

## <<麦克劳林教你危机沟通>>

### 作者简介

作者：（加拿大）巴里·麦克劳林 译者：刘祥亚 巴里·麦克劳林：国际知名公共演说家、作家、传播培训专家，咨询顾问。

1984年，他和劳拉·派克共同创建了麦克劳林媒体集团。

如今该公司已经以其优异的培训质量及培训出版物而赢得了多项国际大奖。

迄今为止，麦克劳林已经成为成千上万名首席执行官、政治家以及高级经理提供了培训，接受他培训的人如今已遍布北美各大企业公司，行业协会及政府机构。

麦克劳林1983年毕业于哈佛大学，获公共管理硕士学位。

在校期间，他专门从事媒体对政府，企业以及公共政策的影响等领域的研究。

刘祥亚：1997年进入北京大学，2003年毕业于北京大学新闻传播学院。

先后获英美语言文学、经济学、传播学学士学位，同年进入出版行业，先后从事翻译、编辑及撰稿人工作，译有《执行》、《变革之心》、《这是你的船》、《礼物》等。

著有《踩死那只蟑螂》、《职业倦怠自治手册》、《红杉林中的最后一课》等。

其文章先后为《读者》、《青年文摘》、《北京晚报》、《法制晚报》、《大众投资指南》等多家媒体转载，受到广泛好评，现为北京某文化公司负责人。

## <<麦克劳林教你危机沟通>>

### 书籍目录

NO.1 风险公众如何察觉风险风险信息的三大来源接受风险——影响公众的六个因素如何影响公众心理如何开始风险传播策略模板如何启动风险传播策略与社区成员的关系风险传播者总结NO.2 公众咨询为什么要进行公众咨询展开咨询的十条建议何时进行公众咨询咨询模式和支持工具有力沟通咨询规划表有力沟通咨询规划环NO.3 紧急情况事故、紧急情况和危机框架日常事故紧急反应紧急事件中媒体最常问的问题初期回应者的作用紧急情况处理如何进行内部通报NO.4 危机什么是危机传播危机发生时媒体会做些什么媒体能为你做些什么危机发生时传播者的责任危机传播的6种理念危机传播的10大原则危机传播规划危机传播总结NO.5 媒体关系咨询与媒体走在信息曲线之前了解你的媒体建立有效媒体关系的关键关于媒体的几条告诫如果报道错误怎么办风险传播和危机传播中关于媒体的7条建议危机发生时传播团队的作用NO.6 规划工具风险传播策略模板有力沟通咨询规划表有力沟通风险传播规划表危机传播规划表附录麦克劳林媒体集团

## &lt;&lt;麦克劳林教你危机沟通&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘顾问委员会 顾问委员可以为整个风险管理过程提供一些专业建议。

当你所在组织的声誉受到质疑的时候，顾问委员会就变得至关重要。

顾问委员会通常只能为决策者提供建议，他们本身没有任何决策权力。

顾问委员会会就风险问题提供一些具体的建议，或就一系列的相关问题做出评论。

理想的情况下，委员会应该能够代表某一专家群体和利益相关各方。

在选择顾问委员会成员的时候，一定要选择那些受到本行业同仁尊重的那些人，这一点至关重要。

社区联盟团体或员工联盟团体 请社区成员或员工指定10~12名代表。

跟他们进行直接对话。

虽然这些代表并没有最终的表决权，但他们能极大地影响自己所代表的群体。

因此，在选择代表时一定要慎重，确保他们能够接受别人的观点，并愿意跟其他人分享自己的想法。

大会 邀请利益相关人的代表参加正式会议，一起讨论当前的风险问题。

在这种会议当中，所有与会的外界专家和利益相关人可以提出自己的观点，给公众带来一定启发。

除此之外，大会还可以通过研讨会、现场参观以及其他社会活动来帮助人们彼此增进理解。

讨论组 大多是临时性的，大家可以坐在一起，共同讨论某个风险问题或讨论当前风险问题的不同方面。

样本群体讨论 一次非正式讨论，由一些中立的个人主持，其成员通常为10~12人，大多是来自某个利益相关团体的代表。

如果想要了解你是否能够在目标受众中建立一些共同的立场，你可以选择从不同的受众群体中选择一些有代表性的人进行抽样调查。

样本群体讨论的目的在于了解受众的普遍价值观念及态度，并对你所要传达的信息可能产生的效果做出合理预期。

听证会 一种比较正式的咨询方式。

邀请经过推选的小组在指定机构——比如说某个委员会、工作组或立法委员会——前陈述自己的观点。

通常情况下，人们召开听证会的原因是出于法律或政治方面的考虑。

在举行听证会的时候，组织者可能会邀请利益相关人当众以书面形式陈述自己的观点。

非正式电话访谈或亲自拜访 严格来说，非正式的电话访谈或亲自拜访并不能称得上是一种咨询模式，但它确实可以被看成是正式咨询前的一种试探。

由于这些接触都是在私下里进行的，不会对媒体公开，也没有公众效力，所以只应作为一种辅助手段。

但另一方面，这种方式在与立法者、舆论领袖或那些不习惯在公共场合进行讨论的人打交道的时候会特别有用。

抽样调查 要求接受调查的人回答与某一具体事件相关的一系列问题。

可以通过电话、网络或书面形式进行，这种调查往往是通过问卷调查的形式展开进行的，所以问卷的设计者应当极其谨慎，问卷的发放也应该做到规范有序，以便使调查达到预期的目的。

公众表决 把问题或提议交给利益相关群体进行表决。

表决结果或许对主办机构并没有任何约束力——但它仍然具有极强的参考价值。

## <<麦克劳林教你危机沟通>>

### 媒体关注与评论

书评《麦克劳林强力沟通系列》英文版所获的好评。

绝对是一座常识性建议的金矿。

——杰·克琴，个人传播行业联合会总裁我发现这些策略和方法对通畅和自信的交流很有价值。

对我帮助很大。

——大卫·科克，《投资策略》的作者对于每个需要有力量、有说服力地进行交流的管理者来说，麦克劳林的建议是必备的。

——埃德·坎贝尔，诺得森公司总裁和首席执行官

## <<麦克劳林教你危机沟通>>

### 编辑推荐

全球畅销的公众沟通力培训手册。

如何帮助社区、客户和公众克服恐惧？

如何在敏感问题或爆炸性的问题上树立信誉？

如何在紧急情况中进行有效沟通……国际知名的培训专家麦克劳林为你解开危机沟通的种种困惑，教会你在组织遇到危机时如何与员工、股东、客户及主要利益相关人进行沟通。

<<麦克劳林教你危机沟通>>

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>