



华南师范大学  
SOUTH CHINA NORMAL UNIVERSITY

# 公 共 关 系

课程负责人：夏宝君

华南师范大学 副教授



华南师范大学  
SOUTH CHINA NORMAL UNIVERSITY

# 第3章 公共关系对象



# 目录

CONTENTS

- 一、员工关系
- 二、消费者关系
- 三、媒介关系
- 四、社区关系
- 五、股东关系
- 六、政府关系
- 七、公众人物关系
- 八、公众心理分析



PART 01

# 员工关系

# 一、员工是企业的财富

---

- 雇员，是指组织中的职员和工人，雇员关系是指组织在管理过程中形成的人事关系，其中包括组织机构里上下级之间的关系，各个职能部门、科室、班组之间的关系，以及内部员工之间的关系
-

## 二、处理雇员关系的艺术

“



加强双向沟通，实现信息共享



建立企业文化，增强组织内聚力



掌握用人之道，加强组织的向心力



创造“家庭气氛”，协调与非正式组织的关系



PART 02

# 消费者关系

➤ **消费者关系，是指企业与本企业产品和服务的购买者、消费者之间的关系，在现代社会，泛指一切物质产品和文化产品及服务的供应者、生产者与购买者、消费者之间的广泛联系。**



# 处理消费者关系的艺术



•塑造为顾客服务的形象



提供优质的  
配套服务



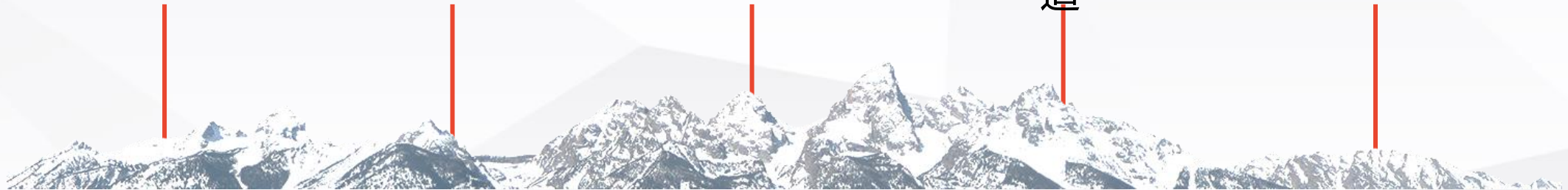
•对消费者实行科学管理



与消费者保持  
通畅的信息渠道



及时妥善处理  
顾客投诉





PART 03

# 媒介关系



**媒介关系，也称新闻界关系，是指组织与新闻传播机构以及新闻界人士等的关系**

**新闻媒介对于组织的发展具有举足轻重的作用：**

**首先，新闻媒介是塑造组织形象的“把关人”；  
其次，新闻媒介是组织与外界沟通的中介；  
最后，新闻媒介对于组织具有反馈信息的功能**

# 处理媒介关系的艺术



- 1 尊重新闻界的职业特点
- 2 加强与新闻界的合作与联系
- 3 真实传播组织信息



PART 04

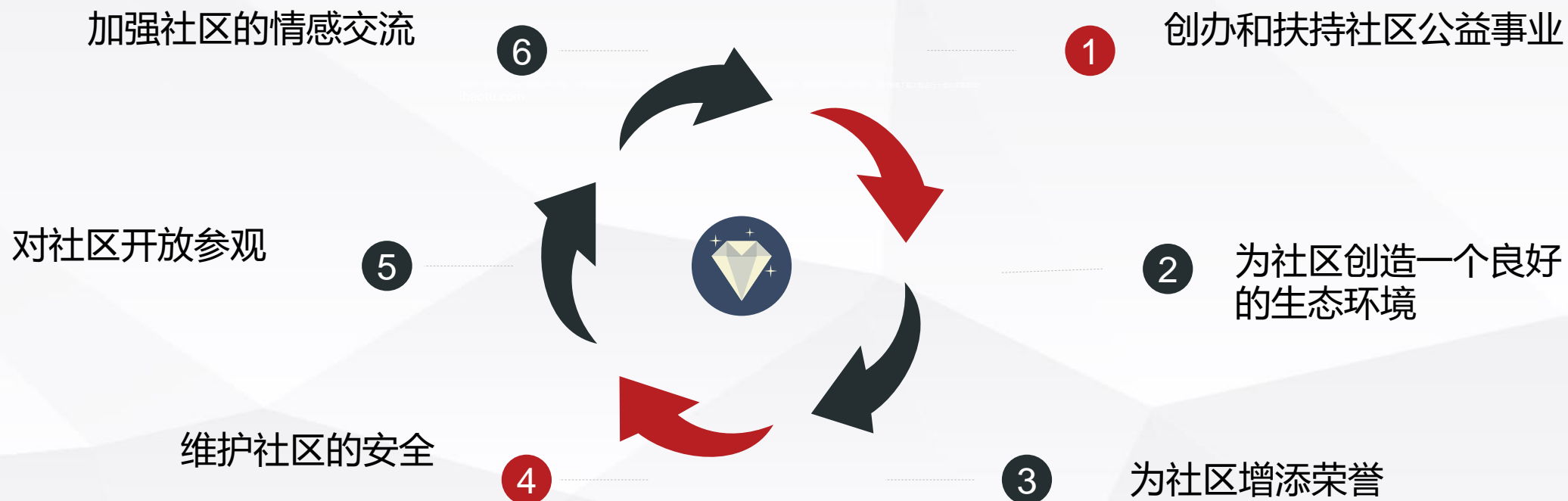
# 社区关系

- 社区，指的是聚集在某一地域中的社会群体、社会组织所形成的一种生活上相互关联的社会实体。
- 社区关系，是指组织与周围同处这一区域的其他组织和个人的关系，所以，也称区域关系或地方关系。





## 处理社区关系的艺术





PART 05

# 股东关系



➤ **股东，即企业的投资者。股东关系也称“金融公共关系”或“财务公共关系”。**

➤ 股东关系所包含的公众对象常见的有董事会、个人股东、集体型股东、中外合资型股东等。股东关系在国外是一种很常见的公共关系，由于股东关系涉及企业的“权源”和“财源”，与企业的生存和发展休戚相关，所以，处理好与股东的关系则成为企业公关的重要内容。



# 处理股东关系的艺术

为了实现企业与股东之间更好的信息沟通，  
公关人员通常采用以下的沟通方式：



激发股东的主人意识



让股东成为推销伙伴



与股东保持有效的沟通





PART 06

# 政府关系

**政府关系是指社会组织与政府及各职能机构、政府官员和工作人员之间的关系，即组织与政府沟通的具体对象。**

**政府是国家权力的执行机构，是对社会进行统一规划和管理的大管家，任何社会组织都不能忽视与政府的关系。协调社会组织与政府之间的关系，是公关人员开展外部公关的一项重要内容。与政府建立良好的关系，常常会给组织带来意想不到的利益。**



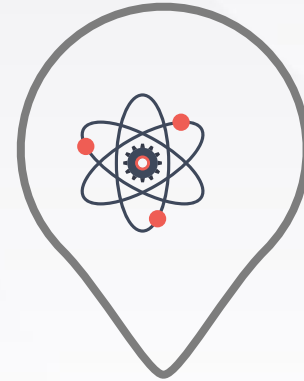
# 处理政府关系的艺术



与政府部门沟通信息



与政府人员广为联系



扩大组织在政府部门中的信誉和



PART 09

# 公众人物关系

➤ **名流**，是指那些对公众舆论和社会生活具有较大的影响力和号召力的有名望的人士，如政界、工商界、金融界的首脑人物，科学界、教育界、学术界的权威人士，文化、艺术、影视、体育等方面的明星，新闻业出版界的舆论领袖等。



# 处理名流关系的艺术：

## 1、如何看待名人效应

名人效应是公共关系策划常用的手段之一，它是借助名人已取得的知名度、美誉度及在社会上的巨大影响，来扩大本组织的知名度与美誉度。

组织一旦抓住了名人效应，抓住了机会就成功了；反之，如果不懂名人效应，把“名人”当作一般顾客，斤斤计较，就失去了机会，就会被拒之市场的大门之外。





## 2、如何进行名人策划



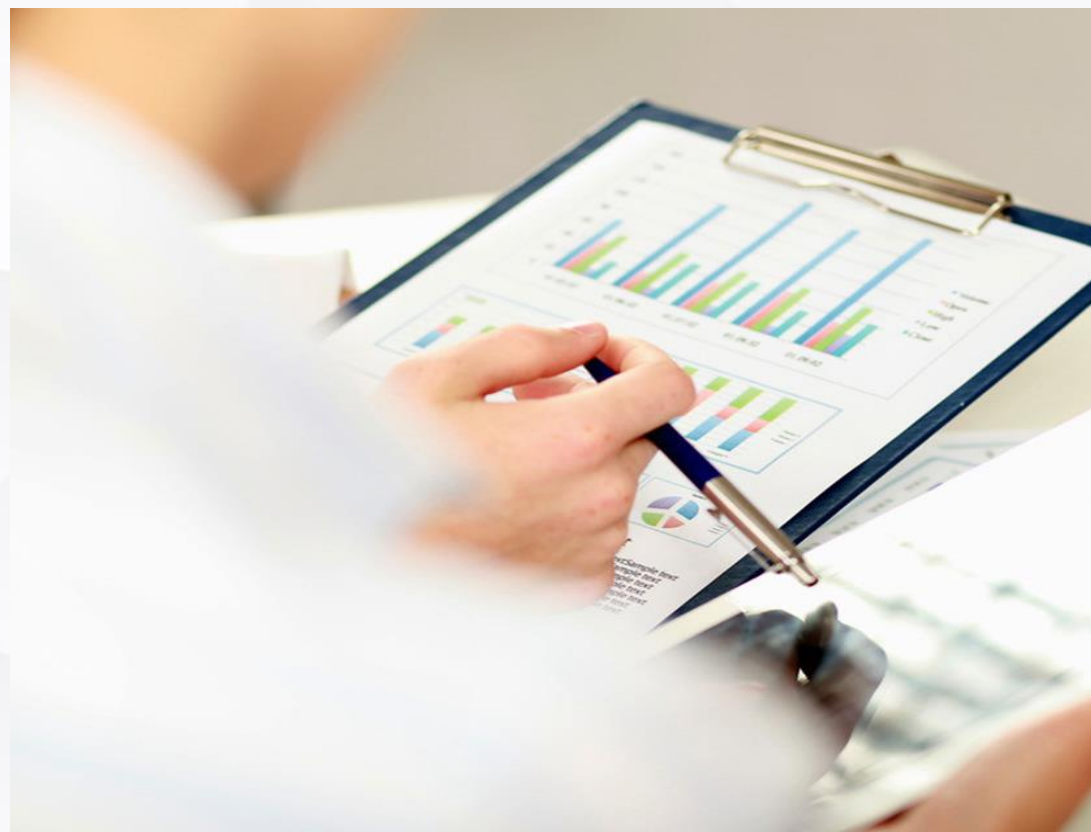
识别信息



捕捉信息



利用信息





PART 10

# 公共关系对象 心理分析

**公众是一个社会群体，但这个群体又是由很多个体组成的。  
要分析公众的心理，必须首先分析公众个体的心理特征。**

## 一、影响公众行为的个体心理

个体心理特征是指表现在个体身上的最稳定、最根本的心理特征，它主要包括以下六个方面：

知觉、价值观、态度、需要、性格和气质、兴趣和能力

## 二、对公众个体心理的分析

公众的个体心理特征可以从以下两方面来分析：

- 1、公众个体的外部特征：相貌、肤色与体型、发型与服饰
- 2、公众的言语、体态，神情

### 三、影响公众行为的群体心理

- 群体心理是公众在工作和生活中，逐渐形成的与其他群体成员相似的带有普遍性的心理特征。
- 公众的群体心理特征决定了公众一致行为的产生，所以社会组织有必要科学地分析和研究群体心理对公众的影响，以指导公共关系工作的运行。

1. 影响公众行为的有组织群体心理：

从众心理

逆反心理

2. 影响公众行为的无组织群体心理：

时尚与公众行为

舆论、流言与公众行为

骚乱与公众行为

公 共 关 系

谢谢大家的观看