



公共关系策略

4 级项目



目录

2	项目介绍
3	你的任务
4	评估你的技能
5	能力
5	定义公共关系
6	品牌化
6	制定公共关系策略
8	确定新闻价值
9	提供正确的信息
10	公共关系策略
11	评估公共关系
12	练习
12	复习和运用
13	完成你的任务
14	资源

TOASTMASTERS INTERNATIONAL

www.toastmasters.org

© 2016 Toastmasters International。版权所有。
Toastmasters International、Toastmasters International 标识及所有其它
Toastmasters International 商标和著作权均属 Toastmasters International
独家所有，未经准许不得使用。

Rev. 11/2016 书目编号 CS8412

项目介绍



公共关系的主要目的是与媒体和公众建立积极的关系。公共关系的目的是为个人或组织建立和维持良好的声誉。它还用于提升在公众中的知名度、产生好感和建立信誉。

在本项目中，你将学习如何提升组织知名度、制定公共关系策略以及使用各种公共关系策略。还将学习如何明确适用于目标受众的媒体渠道。

切记，如果你要代表俱乐部发起公共关系宣传活动，必须与公共关系副主席合作。

你的任务

目的：本项目的目的是练习针对某一群体或情况有效使用公共关系策略所需的技能。

概述：为实际或假设的群体或情况制定公共关系计划。如果涉及你的俱乐部，除非你事先与公关副主席和俱乐部主席沟通过，否则此事必须是假设的。在俱乐部会议上，发表一次 5 到 7 分钟的演讲分享你的计划。本演讲并不是对本项目的内容所作的报告，而是你示范你将如何应用所学知识。

对于所有任务详细信息和要求，请查看第 14 页的“项目总结清单”。



在整个项目中，你将看到页面空白处的图标并排放置。这些图标表示在线提供的其他资料。



视频：登录 Base Camp 观看支持本项目的视频。



互动活动：登录 Base Camp 完成互动活动。



资料：登录 Base Camp 在线查看此资料。

评估你的技能

通过为每项叙述打分，评估你当前的技能水平。



基于你当前的技能选择适当的数字：

5 模范					4 精通					3 熟练					2 能力初显					1 有待提高				
项目前					陈述										项目后									
5	4	3	2	1	我相信自己能够制定公共关系策略。										5	4	3	2	1					
5	4	3	2	1	我可以使用各种公共关系策略来传达我的信息。										5	4	3	2	1					
5	4	3	2	1	我能够明确适用于目标受众的媒体渠道。										5	4	3	2	1					
5	4	3	2	1	我知道如何提升组织、事业或活动的知名度。										5	4	3	2	1					
5	4	3	2	1	我清楚如何将本项目学习到的内容应用到 Toastmasters 以外的生活。										5	4	3	2	1					

以下是你将在本项目中学习和实践的能力列表。

- 制定公共关系策略。
- 表明理解如何使用各种公共关系策略来传达信息。
- 表明了解如何提升组织或活动的知名度。
- 可明确用于传达信息的各种媒体渠道。

定义公共关系

公共关系是为个人、组织或事业建立、提升和维持良好形象的行为。受影响大众可能是内部的，比如雇员，也可能是外部的，比如一般公众。公共关系信息通过使用诸如向网站和社交媒体发布消息、发布新闻稿以及举行特殊活动等策略来传达。

公共关系通常具有以下三个目的之一：

- 在当前没有正面公众舆论的环境中营造正面公众舆论
- 强化现有的正面舆论
- 将现有的负面或中性舆论转变为正面舆论

广告和市场营销更侧重于创造对某种产品或服务的需求和影响消费者的行为。这些活动可能需要很大的预算。相对而言，良好公共关系策略的结果则是获得免费的、或低成本的宣传。很多组织成功地将公共关系、市场营销和广告结合起来一起用于向公众传达信息。

品牌化

本项目的重点是通过有效的公共关系不用投入资金就可获得的曝光。

公共关系的一部分在于保护个人或组织的品牌。品牌是产品、地点、服务、人员和体验所体现的专有、让人向往的理念。例如，Toastmasters International 品牌体现在标语“打造杰出领袖的摇篮”中。

Toastmasters International 品牌手册可通过 www.toastmasters.org/brandmanual 网站在线获取。

制定公共关系策略

以下步骤可用于建立个人品牌、增加俱乐部知名度、获得事业支持或让公众了解某家公司或某个组织的产品和服务。

虽然核心公共关系要旨保持不变，但你可以根据机构和受影响的大众进行调整。

清楚自己的目标

确定策略的第一步是弄清楚沟通的目的和预期结果。例如，如果你的俱乐部要举行吸引新成员的开放参观日活动，那么你的目标就是向受众宣传 Toastmasters 的会议和优势。

定义信息

分析你所在组织的特点和价值，以及这些为受众带来的好处。以开放参观日活动为例，考虑社区成员可从加入你的俱乐部获得的好处。好处包括扩大人脉、结识新朋友。如果他们加入俱乐部，他们将在建立自信的同时，获得公众演说和领导技能。

明确你的目标听众

一旦定义好你的信息，就要明确目标受众。可通过多种因素确定受众，包括你的目标、地理区域以及宣传的内容。或许你需要面对特定公众群，比如讲某种语言的人、特定年龄群的人或有小孩的人。对于诸如 Toastmasters 开放参观日的特殊活动，受众是已年满18岁可以完全出自出行的成年人。

搜寻媒体

不同的媒体渠道，比如新闻网站、电视和广播台、报纸和杂志，专门报道某些类型的新闻，用你的社区里一些成员的交流方式通过当地电视台广播与目标观众相关的新闻。比如讲述亲子关系的杂志可能不大会对你的俱乐部的演讲冠军有兴趣，除非读者与此事有某种关系。

在线搜索本地运营的媒体及其所面向的受众。你通常可以在他们的网站上找到这些信息。知道每位受众将从你推介的内容获得什么好处。还可以找到如何提交以及向谁提交具有新闻价值的信息。留意所有期限，以及他们必须提前多久收到的信息。

联系媒体

写一个引人入胜的故事，并且制定简洁的讲述要点，以确保你传达信息的方式能够吸引媒体机构和目标大众的注意力。务必包含相关信息，比如谁在哪里推广什么组织或个人？什么时候？什么地点？为什么会做此推广等等。信息应该明确，且采用正确的事实。

自己传播信息

可通过多种方式向公众传达信息。有些你可能已经知道了，而且自己也这样做过，比如发表演讲、更新现有网站、向社交媒体网络发布信息或使用网站发布分类广告。

其他一些自己建立公共关系的方式包括制作传单或海报，获得在目标大众能看到的高人流量地区诸如：大学、市场、图书馆和社区中心等发布广告的许可。

确定新闻价值

媒体可通过很多不同的方式确定新闻价值。下面是一些最常见的方式：

有时效

记者只会对现在发生或即将发生的活动感兴趣。上周发生的事情并不算新闻。

相关性

你要宣传的组织、事业或活动必须与目标大众相关。例如，如果人流量很大的马路将封闭一段时间，那么这条新闻与经常走这条路的所有人都有关系。

突出

如果你的新闻里有重要的人、地点或事情，则很有可能会引起记者的兴趣。例如，如果你的俱乐部给某位成员颁奖，则不一定具有新闻价值。但是，如果你的俱乐部成员是知名人物，比如你所在城市的市长或知名当地组织的董事长，那么新闻媒体可能更感兴趣。

主题式

如果你的组织、事业或活动与某个具有重大文化意义的节日、一年中的某个时间或活动相关，则更有可能被新闻报道。比如人们通常会在某个节日前互送礼物，推介有礼品价值的产品或服务。

感性

可引起情感共鸣的好故事多多益善。比如克服逆境、才艺超群或经历别人只能想象的事情的人，都是感性的故事。每个人都有这样的故事；等待你去发现。你的组织或俱乐部中有些人可能就经历过具有新闻价值的故事，他们乐意与你分享。

视觉化

如果你的组织可以向视觉媒体（如电视、印刷材料或网络新闻）提供大图片（照片、视频等），你就有机会吸引记者的注意力。

提供正确的信息



根据你所宣传的内容确定何时完成这些公共关系策略。如果是受欢迎、备受瞩目或定期举行的活动，比如夏日举行的免费社区音乐会，你可能需要计划提前两到三个月，甚至更早时间，就进行宣传。对于较小规模或者不那么正式的活动，提前 7 到 14 天就足够了。如果要举办的活动临近假期或很多人参加的大规模活动，比如暑假或开学，则要留出更多时间准备和宣传。

务必提供必要信息方便目标大众联系你或联系你指定的联系人，比如姓名、电话号码和电子邮件。还应包括关于以下各项的简要信息：

人物

涉及的或要特别推崇介绍的人

事件

你要宣传的内容

地点

你的俱乐部或组织所处位置，如果举办特殊活动，则应包括所需的地图或方向指示

时间

你的组织什么时候开放、俱乐部什么时候开会或什么时候举行活动；如果需要受邀人确认，包括做这些事情的截止日期

起因

公众为什么要了解你的信息（也就是，你的信息为他们带来的好处）

公共关系策略

很多公共关系策略都可用于传达信息。确定最适合个人情况的策略。

新闻/新闻稿

新闻稿是为获得公众关注而向公众发送的简洁书面公告。记者可能使用新闻稿来联系你，以获取更多信息。向记者以电子方式生成和分发新闻稿非常便捷，而且成本较低。

向记者推荐

你可以直接联系特定记者或编辑。这也就是所谓的“推荐”。游说一般比较简单，包括：你要向公众传达的要点（例如，Toastmasters 开放参观日）、所传达信息对于记者面向的受众的重要性以及记者应进行报道的理由。

推荐故事没有新闻稿那么正式，当你与记者比较熟悉时，这最为有效。

访谈

播客、网络广播和电视节目以及广播站可能会采访嘉宾，向媒体受众提供特定信息。他们会寻找精通某些主题并且非常知名的专家来担任嘉宾。

通过媒体网站搜索特定媒体通常会报道的主题或组织。如适当，可安排围绕特定主题的嘉宾访谈。

举办特别活动

举行或主办特殊活动是向公众传达信息的好方式。既可是本地小型的活动，也可以是召集了全球各地的个人和组织的集会。它既可面向公众也可仅针对特定人群。可以现场面对面举行活动，也可以通过网络进行。

社交媒体

很多新闻组织使用社交媒体来与受众建立联系。搜索各个新闻组织的网站，可找到详细的受众背景特征，以协助你定制自己的信息。

使用第 19 页的新闻稿样例作为完成俱乐部、小区、中区或大区的新闻稿指南。如果你不是俱乐部或大区干事，务必在代表 Toastmasters International 发布任何信息前，先与相关负责人沟通。



写好新闻稿后，仔细审校新闻最终版本。请另一个人，比如俱乐部或大区干事，在发布新闻稿前审阅一遍。联系你的公关副主席或大区公共关系经理，获取媒体联系方式列表。

评估公共关系

计划监控策略的结果并根据需要进行跟进。开始公共关系策略后，跟踪你的工作成果，例如有多少问询、新会员等等。如可能，将这些结果与你开始公共关系工作之前的状况进行比较，以确定效果。

很多组织都有经过专门培训的指定发言人，他们经过授权可向公众和媒体发布信息，尤其是在出现危机或负面公众舆论的情况下。这些专业人士的一些职责如下：

- 预计可能出现的负面公众反应，制定计划来应对。
- 与组织中出现紧急情况的时候将被要求发言的人见面，练习回应反应。
- 明确出现危机或负面公众舆论的情况下必须提供信息的主要利益相关者。
- 在发布所有信息前，进行确认，并获得相应的审批。知道谁将向哪些受众发布信息，以及如何发布。例如，首席执行官将直接联系董事会成员，而所在公司员工则可能通过会议或电子邮件收到出现状况的通告。
- 如可行，向确认的受众提供进展信息，包括关于情况的事实、涉及的人员以及组织采取的行动措施或作出的任何回应。
- 保持专业和沉着冷静，诚实面对危机或负面公众舆论。

练习

除了本项目任务，你可通过完成这些练习中的一项或多项来学习关于公共关系的更多知识。这些练习只供你获取经验，并非是完成本项目所必需步骤。

- 与俱乐部的公关副主席讨论他 / 她的职责。
- 了解成为公关副主席的步骤。
- 查看 Toastmasters 网站上的公共关系资料。

复习和运用

完成任务前，先花些时间通读在这里看到的问题。如果你不能流畅回答这些问题，请复习本项目的内容。

- 制定公共关系策略有哪些步骤？
- 如何使用公共关系策略向公众传达信息？
- 可以使用哪些策略来提升俱乐部或组织的知名度？
- 如何明确哪些媒体渠道可以最有效地传达你的信息？

完成你的任务



你已经通读本项目内容，现在请为你的演讲或报告做规划和准备。

回顾：返回到第 3 页查看你的任务。

组织：使用第 14 页的“项目总结清单”回顾步骤并添加自己的步骤。这将帮助你理清并为任务做准备。

时间安排：与教育副主席一起安排你演讲的时间。

准备：为评估做准备。查看第 16–18 页上的评估资料，并在演讲前与你的评估员分享所有资料。可以选择在线分享评估资料。



项目总结清单

公共关系策略

目的：本项目的目的是练习针对某一群体或情况有效使用公共关系策略所需的技能。

概述：为真实或假设的群体或情况制定公共关系计划。如果涉及你的俱乐部，除非你事先与公关副主席和俱乐部主席沟通过，否则此事必须是假设的。在俱乐部会议上，发表一次 5 到 7 分钟的演讲分享你的计划。本演讲并不是对本项目的内容所作的报告，而是示范将如何应用所学知识。

本项目包括：

- 制定公共关系策略
- 5 到 7 分钟的演讲

下面是你需要针对本项目完成的任务。切记，你的项目对你而言独一无二。你可以更改以下列表，纳入你项目所需的任何其它任务。

☐ 简要规划公共关系策略。

☐ 与教育副主席一起安排你的演讲时间。如果你需要更多时间来与俱乐部会员分享你的策略，可以经教育副主席批准安排一次 8 到 10 分钟的演讲。

☐ 撰写一份演讲稿，与俱乐部会员分享你的公共关系策略。

☐ 排练你的演讲。

附注

评估表格

公共关系策略

会员姓名 _____ 日期 _____

评估员 _____ 演讲长度：5 – 7 分钟

演讲题目

目的陈述

- 本项目的目的是让会员练习针对某一群体或情况有效使用公共关系策略所需的技能。
- 本演讲的目的是让会员分享自己公共关系策略的某个方面。

评估员须知

要完成本项目，会员要制定公共关系计划。

关于本演讲：

- 会员将围绕实际发生的或假设的公共关系策略发表组织有序的演讲。
- 演讲应提供信息，但也可以运用幽默和视觉辅助工具。
- 演讲应富有吸引力。
- 本演讲并不是对“公共关系策略”项目的内容所做的报告。

总体意见

擅于：

待改进：

挑战自我：

评估员点评项目如下：除口头评估外，另请完成此表格。

5 模范	4 精通	3 熟练	2 能力初显	1 有待提高	
明晰： 口头语言清楚且容易理解					意见：
5	4	3	2	1	
抑扬顿挫： 灵活运用语气、语速和音调					意见：
5	4	3	2	1	
眼神接触： 有效使用眼神接触来吸引听众					意见：
5	4	3	2	1	
肢体动作： 有效使用肢体动作					意见：
5	4	3	2	1	
听众意识： 表明了解听众互动和需求					意见：
5	4	3	2	1	
舒适度： 自如面对听众					意见：
5	4	3	2	1	
兴趣： 使用有趣且结构合理的内容吸引听众					意见：
5	4	3	2	1	
主题： 分享了公共关系策略的某个方面					意见：
5	4	3	2	1	
视觉辅助工具： 有效地运用了视觉辅助工具（可自己选择是否使用视觉辅助工具）					意见：
5	4	3	2	1	

这个标准列出了该演讲具体的目标和期望。请回顾各级别内容，以帮助你完成评估。

明晰

- 5 – 是一位专业的公众演说模范，什么时候都能被理解
- 4 – 擅于利用口头语言进行交流
- 3 – 口头语言清楚且容易理解
- 2 – 口头语言有些不清楚或很难理解
- 1 – 口头语言不清楚或不容易理解

抑扬顿挫

- 5 – 完美运用语气、语速和音量
- 4 – 擅于使用语气、语速和音量
- 3 – 灵活运用语气、语速和音量
- 2 – 对于语气、语速和音量的使用需要进一步练习
- 1 – 没有充分利用语言、语速和音量

眼神接触

- 5 – 使用眼神接触揣摩听众回应
- 4 – 使用眼神接触揣摩听众反响和回应
- 3 – 有效使用眼神接触来吸引听众
- 2 – 与听众的眼神接触需要提高
- 1 – 与听众眼神接触很少或没有眼神接触

肢体动作

- 5 – 将肢体动作与内容充分结合，发表模范式演讲
- 4 – 使用肢体动作增强演讲效果
- 3 – 有效使用肢体动作
- 2 – 使用有些使人分心的手势或使用一些手势
- 1 – 使用使人分心的的手势或不使用手势

听众意识

- 5 – 充分吸引听众并能预料听众需求
- 4 – 充分了解听众互动/需求并作出有效回应
- 3 – 表明了解听众互动和需求
- 2 – 听众互动或对听众的了解需要进一步练习
- 1 – 很少尝试或没有尝试吸引听众或满足听众需求

舒适度

- 5 – 面对听众时非常自信
- 4 – 自然面对听众
- 3 – 面对听众时表现自如
- 2 – 面对听众时表现不自然
- 1 – 面对听众时极不自然

兴趣

- 5 – 通过结构合理的有规律可循的内容完全吸引听众
- 4 – 使用极具吸引力且结构合理的内容吸引听众
- 3 – 使用有趣且结构合理的内容吸引听众
- 2 – 内容有趣，但结构不合理，或者结构合理，但不够有趣
- 1 – 内容无趣或者结构混乱

主题

- 5 – 围绕公共关系策略相关内容发表模范式演讲
- 4 – 围绕公共关系策略相关内容发表出色演讲
- 3 – 分享了有关公共关系策略的内容
- 2 – 提及了公共关系策略的某个方面，但未全部讲述
- 1 – 讲述的主题没有涉及公共关系策略

视觉辅助工具（非必选）

- 5 – 融入的视觉辅助工具恰到好处，有效加强了其模范式演讲（可自己选择是否使用视觉辅助工具）
- 4 – 对视觉辅助工具的使用有效强化了围绕公共关系策略的演讲或陈述的效果（可自己选择是否使用视觉辅助工具）
- 3 – 有效地利用了视觉辅助工具
- 2 – 有尝试利用视觉辅助工具来加强自己的演讲，但在这方面有待提高
- 1 – 使用的视觉辅助工具没有起到作用

新闻稿样例

下面的方框标识 Toastmasters 新闻稿的各个部分。

开头段落讲述关于新闻的基本事实：谁、什么、何时、哪里和以及始因。

标题和子标题应简短、富有吸引力，并告知读者此新闻稿中的内容。

在此处提供你的姓名和联系信息。

提及俱乐部名称和地点。

包括组织中某人的引言或提供任何额外的信息。

如果宣传某个活动，可以在此处归纳信息。

在此处提供关于你的俱乐部和大区的参考信息。

如果你希望有人响应，务必在此处提供联系信息。

请参考 www.toastmasters.org 了解当前俱乐部会员、俱乐部和国家会员的信息。



媒体联系方式：
怀特 (Gerard White)
1-222-345-6789
gerard@superlativespeakersclub.com

Toastmasters 顶级演讲者俱乐部举办客座演讲者开放日活动
本活动对公众免费

阿拉斯加湖畔市 (Lakeside)，2016 年 4 月 2 日 — Toastmasters 顶级演讲者俱乐部 (www.superlativespeakersclub.com) 邀请居民参加其开放日活动，届时新科技招聘 (New Tech Pursuits) 人才招募专员韩德尔 (Jamie Handel) 将讲述沟通技巧在当今职业生活中的重要性。

“顶级演讲者俱乐部提供积极有益的氛围，在这种氛围中，会员有机会培养个人沟通和领导技能”，顶级演讲者俱乐部主席汝德盖斯 (Armando Rodriguez) 说道。

身兼多项俱乐部职务的俱乐部教育副主席宋罗拉将担任即兴演讲主持人。“即兴演讲是我个人最喜欢的会议部分之一，”宋说道。“在这个环节，会随机选择嘉宾和会员做一到两分钟的演讲。它可帮助你在不做任何准备的情况下思考和演讲。”

其他演讲者包括无极会计师事务所 (Accounting Unlimited) 副经理琼生 (Ryan Johnson) 和湖畔市 (Lakeside) 医院的首席研究员培格 (JoAnn Pagal)。

Toastmasters 顶级演讲者俱乐部开放日活动
日期：2016 年 4 月 9 日
地点：Lakeside Library, 1847 Shore Way, Lakeside, Alaska
时间：下午 5:30 — 下午 7:30

如需了解更多信息，请发送电子邮件给怀特 (Gerard White)，地址为 gerard@superlativespeakersclub.com。

顶级演讲者俱乐部于每周二下午 12 点在湖畔市 (Lakeside) 的 Shore Way 和 Albatross Avenue 之间的湖畔市图书馆召开会议。如需了解关于本活动和俱乐部的更多信息，请访问 www.superlativespeakersclub.com。

关于大区 143
大区 143 由阿拉斯加湖畔市的 30 多个公司和社区俱乐部组成。如需了解关于大区 143 的更多信息，请访问 www.district143.toastmasters.org。

关于 Toastmasters International
Toastmasters International 是一家非营利教育组织，通过遍布全球的会议地点网络教授公众演讲和领导技能。总部设立于加利福尼亚州的玛格丽塔市 (Rancho Santa Margarita)，该组织的会员人数已超过 _____ 人 (在超过 _____ 个俱乐部，来自 _____ 个国家。) 自 1924 年以来，Toastmasters International 已帮助各行各业的人自信地站在听众面前发表演讲。如需了解关于当地的 Toastmasters 俱乐部的更多信息，请访问 www.toastmasters.org，在 Twitter 上关注 @Toastmasters。

###



www.toastmasters.org