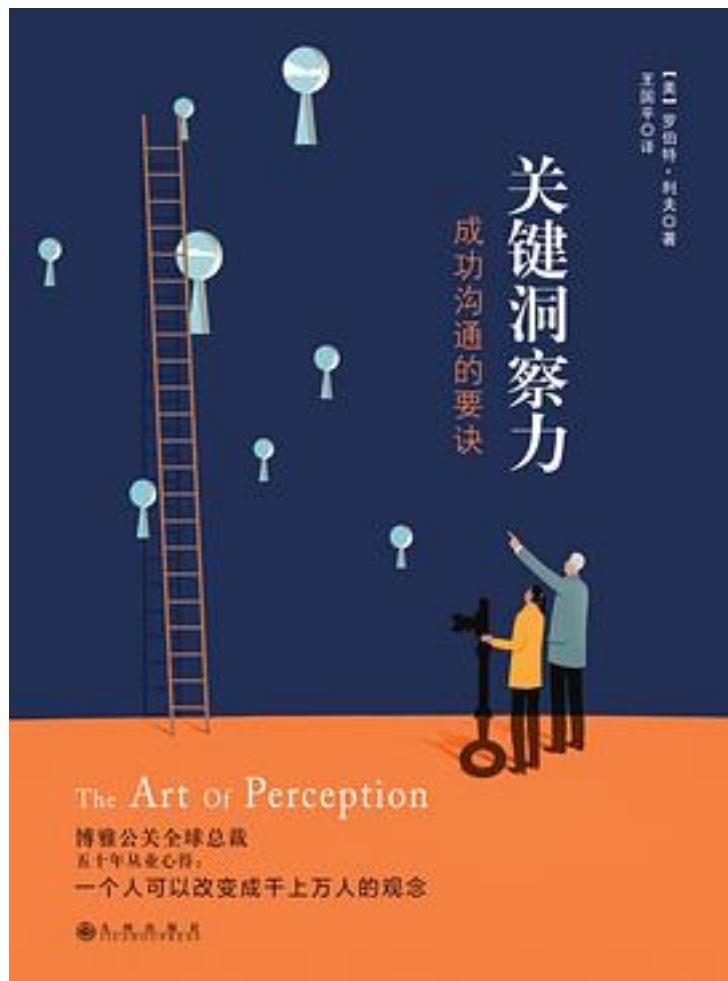


关键洞察力



[关键洞察力_下载链接1](#)

著者: 【美】罗伯特·利夫

出版者:九州出版社 · 阳光博客

出版时间:2016-5

装帧:平装

isbn:9787510842962

人与人之间的沟通，一般需要三个要素，即“自己”、“他人”和“情境”。如果能够同时兼顾这三个要素，就能实现有效沟通。作为博雅公关的全球业务奠基人，罗伯特·

利夫用自己50年的职业生涯很好地阐释了这一点。

罗伯特·利夫认为，有效沟通是公共关系的本质。无论是风云变幻的国际市场，还是具体入微的内部管理；无论是步步玄机的商业谈判，还是瞬息万变的危机公关，本质上都是人与人之间的沟通问题，都需要了解自己、熟悉他人、掌控情境，而有效整合这三点的关键在于：观念管理。

今天，社交媒体为人们的生活提供了更便捷的信息平台，全球范围内的事件几秒钟内就会被普通人获知，所以，公共关系和观念管理也从专业舞台进入寻常百姓家，成为人们日常生活的必需品。

本书堪称“职业管理”与“自我实现”的完美典范。对于任何想要了解公关，以及公关在危机管理、品牌推广、人际沟通方面的力量的人说，这本书都不可错过。

作者介绍：

罗伯特·利夫

博雅公关公司全球总裁，在他从业的50年间，博雅从一个只有六个业务员的小公司成长为全球最大公关公司。

作为博雅全球业务奠基人，他不仅开拓了博雅的欧洲市场，还率先打破20世纪70年代的“冷战铁幕”，将公关引入苏联和东欧国家。80年代，他又与中国政府签署合作协议，成为第一家在中国大陆开展业务的公关公司。后来，他又在危机重重的中东和南美地区开设了第一家国际公关公司。目前，博雅公关几乎在全球各大城市都开设了分公司，与IBM、通用、可口可乐、强生、花旗、麦当劳、联合利华、美国捷运等数百家大公司保持着稳定的业务关系。

鉴于他在公关领域的杰出成就，2001年国际公共关系协会为他颁发了“国际公共关系杰出成就奖”，他还入选了世界名人录。

目录:序 成功沟通的要诀 /1

第一章初涉公关：一个人能改变成千上万人的观念 /5

多年前，我加入博雅，后来又在全球开设了分公司。我深知，对待日常生活中的琐事，各国人的态度和反应千差万别。谈什么、如何入手，要想有个好结果，要因时因地因人而异。

第二章初入博雅：公关的重点在于是否深入人心 /19

重点不在公关之名，而在于是否深入人心。古往今来，公关凭的是人们的直觉。古埃及人无须公关公司告诉他们该如何获取法老、教士和大众的欢心。

第三章起步比利时：有所行动，就不乏机会 /43

生活在国外的一大变化就是要应对不同的民族、语言、文化和人情，但这一切都是我憧憬的。

第四章进军伦敦：英国人为什么要为公关创意买单？/67

在美国，我们面对的一大难题是其他优秀公关企业的竞争。在英国，我们要克服的是公关这一概念。

第五章拓展亚洲：人际关系比业务能力重要得多 /89

亚洲各国唯一共通之处是，与世界其他地方相比，人际关系要比业务能力重要得多。

第六章日本印象：面子意味着一切 /113

在这个国家，凡事少不了严格的规矩。不论是对待朋友、敌人、陌生人，还是同事，这种高规格都马虎不得。

第七章携手中国：品牌信誉是关键 /127

要迎合中国人的思维，品牌信誉是关键。如果认为物有所值，连中低收入者都愿在奢侈

品上一掷千金。

第八章澳洲教训：绝不能为了扩张而扩张 / 139

我不想在自己的墓碑上刻上“鲍勃·利夫在澳大利亚开了五家分公司”，因为在澳洲开五家分公司无异于娶五房姨太太。

第九章危机中东：往坏处打算，往好处努力 / 149

我到中东各国游历，年轻一代和他们对祖国未来的态度让我又惊又喜。

第十章危机管理的“黄金标准” / 161

CEO

等高管势必要认识到，我们如今生活在一个危机四伏的世界，不论危机大小、如何处理，都是企业要面对的一大问题。

第十一章无处不在的观念管理 / 185

不论你是一名政治家、牧师、律师、医生、求职者，还是为人父母，仅仅具备基本的才智或技能并不能保证你得到想要的结果。你需要深入了解沟通对象的观念，进行有效的观念管理。

第十二章公关的变迁和展望 / 201

公关最重要的变化，莫过于媒体的剧变、数字革命的到来及其对全球采集、投放新闻和消息的控制。因此，企业思考要数字化，出手要全球化。

附录：难忘的客户 / 213

• • • • • (收起)

[关键洞察力](#) [下载链接1](#)

标签

沟通

公关

思维

关键洞察力

管理

职场

商业

好书，值得一读

评论

一本自传……人家要写成自传没有问题，有问题的是出版编辑写的这些介绍，非常误导人，看完书简直有被欺骗感，我抱着学习怎么做饭的目的买了书，结果看见你全程在逼逼你自己做饭真好吃啊一定要好好做饭啊做饭最好了然后就没了……想退钱！！！

基本都是老头儿自己故事的流水账，想看干货的还是算了

作者啰嗦自己的职业发展历程，好无聊，基本没什么干货，只有“公关就是要懂得观念管理…于是我们发展得很好！我们先这样发展得好，再那样发展得好…我跟你港，老板很厉害的！我也超厉害的！”这样的叙述逻辑贯穿全篇。

公关是一个入行门槛很低，但优秀的门槛很高的行业。他对于从业者的要求，不仅仅是专注于专业的要求，更多的要求灵活和与时俱进，要在反思中学习，也可以从现在对未来有前瞻性的预判，这样的能力，用洞察力来形容再准确不过。

一本以博雅发展为中心的公关发展史，译者你煞费苦心地改了书名想弄成教案，其实还是实在点好，知识点也还是有的，不过没那么多。

0干货

观念管理 印象深刻

“公关”是处理各种与公众相关的事，做到树立形象意识、有效传达信息、危机变契机、观念管理（以为对方为中心，了解对方固有观念的形成及原因；为对方树立一个相似的新观念，新观念有助于我们达成目标；告诉对方实现新观念并不难，并帮助对方实现它——作为职场一员，我们很难改变别人的观念，那么，不如因势利导，认真分析对方观念形成的原因，通过实现对方的观念，来达成自己的目的，形成双赢的局面）。

算是人物传记

原来是本自传 名字真是误导人

一点实用价值都没有
个人主义的自传体为什么要弄个类似管理心理鸡汤学的名字？论标题党的诱导性与实质操作

流水账

了解到一点各国小文化，作者自己的经历小故事，也就是告诉我们要去其他国做公关，了解他国的文化很重要。博雅在商业上的成功，时代和时机也是非常重要的因素。

有点自吹自擂，不过也算开启了一点看问题的新角度。

跨文化交流，内容泛泛，书的内容，让公关行业给人上流社会，翩翩君子的印象

标题党

能有一句话帮助了你，那这本书也是有用的。只是……养分比较少

核心是观念管理

这个真的是自传啊。“重点不在公关之名，而在于是否深入人心。古往今来，公关凭的是人们的直觉。”所以是不是不用往下看了……

看很多人都说过了，基本就是本自传，不知道原文标题就这个，还是翻译故意的。不过内容不难看，抱着看有趣的书心态看还是不错的

[关键洞察力 下载链接1](#)

书评

你必须知道的5个职场公关技巧

五一长假读完了《关键洞察力——成功沟通的要诀》。当初入手这本书，原以为是教人看待问题、解决问题的书，结果整本书都是博雅公关全球总裁在讲他的五十年从业心得。但是，耐心读完，细细品味，竟有不一样的收获——什么是公关，书中提到，19...

01 1948年，罗伯特·利夫报考密苏里大学，拿到了新闻学院伸出的橄榄枝。

1952年，朝鲜半岛战事火热，罗伯特·利夫理应应征入伍。身高1.9米的他，却幸免于此，留校继续攻读硕士学位，转投世界史，为后来的职业生涯埋下伏笔。

1957年，罗伯特·利夫敲开了博雅公司的大门，从此与...

文／兰言寄墨

本科阶段上广告学专业课程的时候，老师总会跟我们强调广告人都是有深刻洞察力的人，单就“洞察”这个词，给我的感觉就是很有深意，你想啊，像我们这种普通人，在习以为常的生活中连最起码的观察都做不到，更别说高观察很多等级的洞察了！洞察对我来说是一个女...

作为营销策划领域的一枚文案，仅有文笔是远远不够的，更为重要的是需要了解沟通对象，不仅仅是口头语言，还要读懂肢体语言，读懂语言背后的潜台词，洞悉人性、心理与行为。这样文字才能直指人心，充满力量和感染力，引发共鸣。

广告是与消费者的沟通，商业合作中需要谈判能...

早上看到挪威的一朋友在朋友圈发的信息，感触良多。“拼爹拼娘是当今全世界的通用法则，不分国界。尽管方式可以非常不同...

这是源于一年级这半年源于和娃他爹的最大感受。学习知识不是学校和家长关注的重点，进度非常慢，体育运动、朋友圈的建立及社交活动才是重中之重。” ...

公关一词离普通百姓的生活看似很遥远，只有企业、政府在面对问题需要解决时需要公关专业人士进行指导。但读过罗伯特·利夫的《关键洞察力》才更深刻的了解到，公关是指个体一切对外的公共关系的处理。这个个体可以是具体的人，也可以是企业、政府、团体、国家等。公共关系的...

你就是你的品牌：《关键洞察力》

不得不说，这个书名一度让我以为它是致用类书籍，没想到到手一看，居然是本游记，看完之后，我终于可以肯定的说，这是一本历史书，也是一本技能书，还是一本故事书，一书三吃到饱。首先，公关是什么？作者给出的定义：公关就是观念管理...

01

说起成功，没有一条固定的公式，但也并非没有规律可循。纵观世上成功的人，大抵都奉行着这样的信条：成功的人，曾经平凡过；做大事的人，都是从小事做起的。

曾经看过《开讲啦》里面成龙的演讲，感觉非常有感触。他说自己开始只是一个毫不起眼的小武行，到处打打闹闹，...

我们时常发现这样一种奇怪的现象，那就是我们身边越是“会说话”的人，越是跟别人难以达成有效的沟通。

你可以巧言令色指鹿为马，也可以巧舌如簧颠倒黑白，更可以凭三寸不烂之舌告诉我们白马非马。但是结果呢，我们即使被说得哑口无言、无以辩驳，也不会有人真的认为鹿

就是马...

遇见《关键洞察力》之前，我对“公关”的概念一直停留在一句路人皆知的口号：“广告是自己称自己好，公关是让别人主动夸你好。”从字面上看似乎很低调，似乎很讨巧。那就大错特错了，公关策略实则一点都不低调，例如：开新闻发布会、公众演讲、媒体访问、活动宣传等等，这些传...

越长大越发现，一个人的沟通能力如果很强的话，与人交往，办事解决问题，甚至是面试都是非常轻松且快顺利愉快的。所以我很是羡慕这种人。不过我真心承认自己在这方面的能力很弱，不是一般的弱，是非常的弱。在几次非常重大的事情上，后来我都后悔了。如果我当时能把自己心里的...

一提起公关，我心中有浮现两个泾渭分明的阵营，一个救火员的形象，到处救火，进行危机公关处理，这是我心中对公关的传统理解；另一个则是美女、金钱、权力之间的黑暗交易，这是我对公关的现实理解。

当我读完罗伯特·利夫的《关键洞察力：成功沟通的要诀》一书，才发现我对公...

[关键洞察力 下载链接1](#)