

关于公关项目管理的基础意识 PDF转换可能丢失图片或格式
，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/394/2021_2022__E5_85_B3_E4_BA_8E_E5_85_AC_E5_c54_394676.htm 项目经理作为公关项目管理的核心元素，关系着整个项目运作的最终成败，重要性是显而易见。诚然，执行力是衡量工作能力的关键因素之一。但对于公关行业的项目经理们来说，“精神力”也是决定其将工作做到何种程度的基础能量。那么，一个公关项目经理应该有哪些基础的精神力量才够用呢？下面，我们就尝试着归纳一些：首先，是“做专家，还是做杂家”。项目经理在项目的整个运作过程都肩负着职责，无论沟通还是协调，无论对内还是对外，拥有一定的知识储备是相当重要的。当然，我们对整个项目的不同环节项目支持部门的工作要有全面的了解，也要对服务的对象客户情况进行深入地研究。这些工作，除了拥有一定的业务经验外，更多的是一种意识研究和学习能力的加强。也许我们在接受项目工作之前对整个的情况都“浑然不觉”，但在真正运作项目的时候，不管是哪一环节的信息欠缺都会造成不同程度的“项目损失”。所以，项目经理应该具有学习的意识。但项目经理的工作内容毕竟不是“单枪匹马”式的劳动，它需要各个职能部门相对专业地配合与支持。因此，绝对“专家”级的项目经理是很难实现的。无论客户如何需要在各个方面都相当“专业”的项目经理为之服务，由于项目人员工作本身性质所限，我们还是无法完全满足这样的“要求”（尽管我们很想培养和提供这样的人员来）。于是，我们的项目经理应该具备“杂家”的意识。当然，做“杂家”并不排斥对客户提供相对专

业的咨询和服务的。在不违背公司利益的前提下为客户提供服务的“最大化”是我们所一直追求的。所以，项目经理可以不必有“非成大海”的包袱，但也必须有做“清凉不断的泉源”的目标。第二，项目目标是“做精品，还是做合格品”。做公关，就是为客户企业和品牌的宣传“殚精竭虑”的活儿，来不得一丝懈怠。所运作的项目任务应该都有“精品意识”。但无论是“精品”还是“合格品”，衡量的标准都不在我们自己，抑或是所下苦功的多少。既然是服务行业，做得好坏，客户的评价自然也就占十之七八。其余的，就是要通过市场严酷地考验了。由此可见，无论你想把工作做得如何，首先你的项目工作必须征得客户的“认可”。所以，“合格”是项目“精品”诞生的基础。我们难以想象，一个连客户意图都不甚清楚的项目经理是如何将项目做成“精品”、将客户服务“周到”的。当然，仅仅停留在“合格”也是绝对不行的。将客户的想法加以实现，是公关项目最初级的水平，是仅仅做了客户“手脚”的工作。对客户意图的基础上加以“提升”才是公关项目最终价值的体现。试问，有几个客户愿意将不菲的服务费付给仅仅做了“手脚”和“传声筒”的公关公司呢？答案无疑是否定的。最后，“做‘客户的客户’真的很难么”？“客户的客户”，这句话乍看起来真的很“玄”。“客户就是上帝”，这样的话倒是相对好理解一些。我们试想一下也似乎如此，公关行业说到底提供的还是服务，既然客户支付了服务费用，我们就有必要让客户“舒心”、“顺心”、“开心”。但，公关的服务真的仅仅限于此么？客户选择公关公司，公司选择你做项目经理，归根结底都是有所期待的。如果你超越了“给一得一”的水

平，那么首先获利的是客户对你所在公司的认可。这一点，做起来的确很难，但绝不是“做不到”。毕竟，相对于客户，你所代表的是专业的公关机构，你的观点所承载的是专业的公关经验与意识，你的行为所带来的价值正是客户所期待的“惊喜”。“做‘客户的客户’”其实就是要让客户对你永远有所期待。丰富的业务经验和对客户细致入微的了解，这些都是对一名合格的项目人员的基本要求。当然，我们也需要不断地对自己有所期待；毕竟，我们都需要“惊喜”。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com