



公共关系学

PUBLIC RELATIONS

姚唐 企业管理系

SEM 北航经济管理学院
BEIHANG SEM



第7章 公共关系调查





学习目标

- 公共关系调查的意义及内容
- 公共关系调查的程序
- 公共关系调查的原则及方法





百事公司推出的网络选秀活动

- 2007年5月，“百事我创，我要上罐”
- “蓝色”罐体换成“红色”
- 百事“草根”对抗可口可乐“明星”
- “舞动中国”体育项目比赛，贝克汉姆参加





➤ 组织与公众良好公共关系的建立和维持，必须经过一定的工作程序和步骤。

➤ 公共关系全过程的“四步工作法”

- 调查研究
- 策划方案
- 组织实施
- 评估效果





第一节 公共关系调查的意义及内容

公共关系调查是就公众对组织形象的评价进行统计分析，用数据或文字的显示公众的整体意见，或者就某一具体公共关系活动条件进行实际考察。





一、公共关系调查的意义

- 使组织能够准确地进行形象定位，从而有利于塑造良好的组织形象
- 为组织决策提供科学依据
- 使组织及时把握公众舆论
- 提高组织公共关系活动的成功率





二、公共关系调查的内容

- 组织的形象地位调查
- 组织的公众舆论调查
- 组织所处的社会环境调查





组织形象地位调查

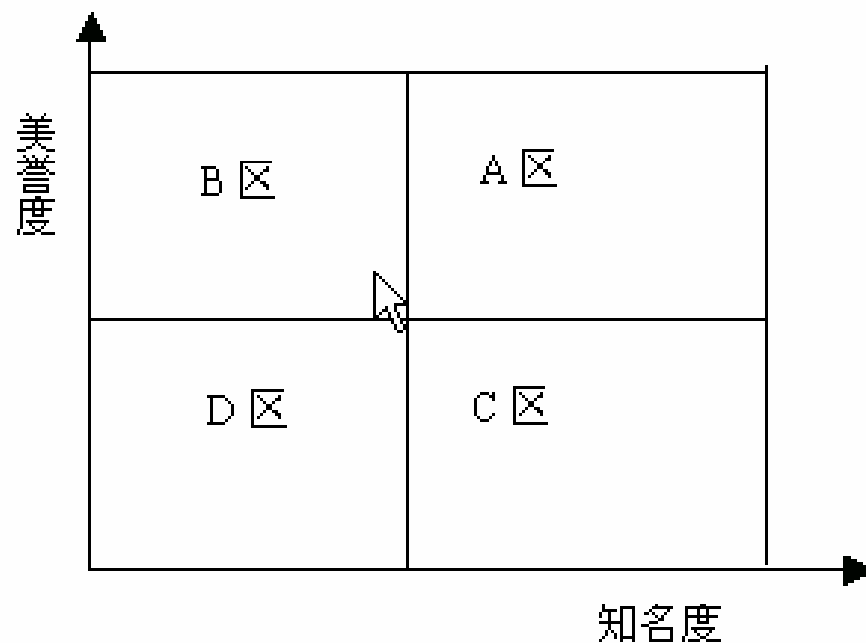
自我期望形象调查

- ▶ 一个组织自己所期望达到的形象目标，他是一个组织开展公共关系活动的内在动力和方向





组织实际形象调查



- A 区表示高知名度、高美誉度。
B 区表示高美誉度，低知名度。
C 区表示低美誉度，高知名度。
D 区表示低美誉度，低知名度。

A	苹果、耐克、劳力士
B	朗格（手表）、Spada（意大利顶级跑车）
C	脑白金、郭美美、李刚
D	街头的食品摊、淘宝里的商铺



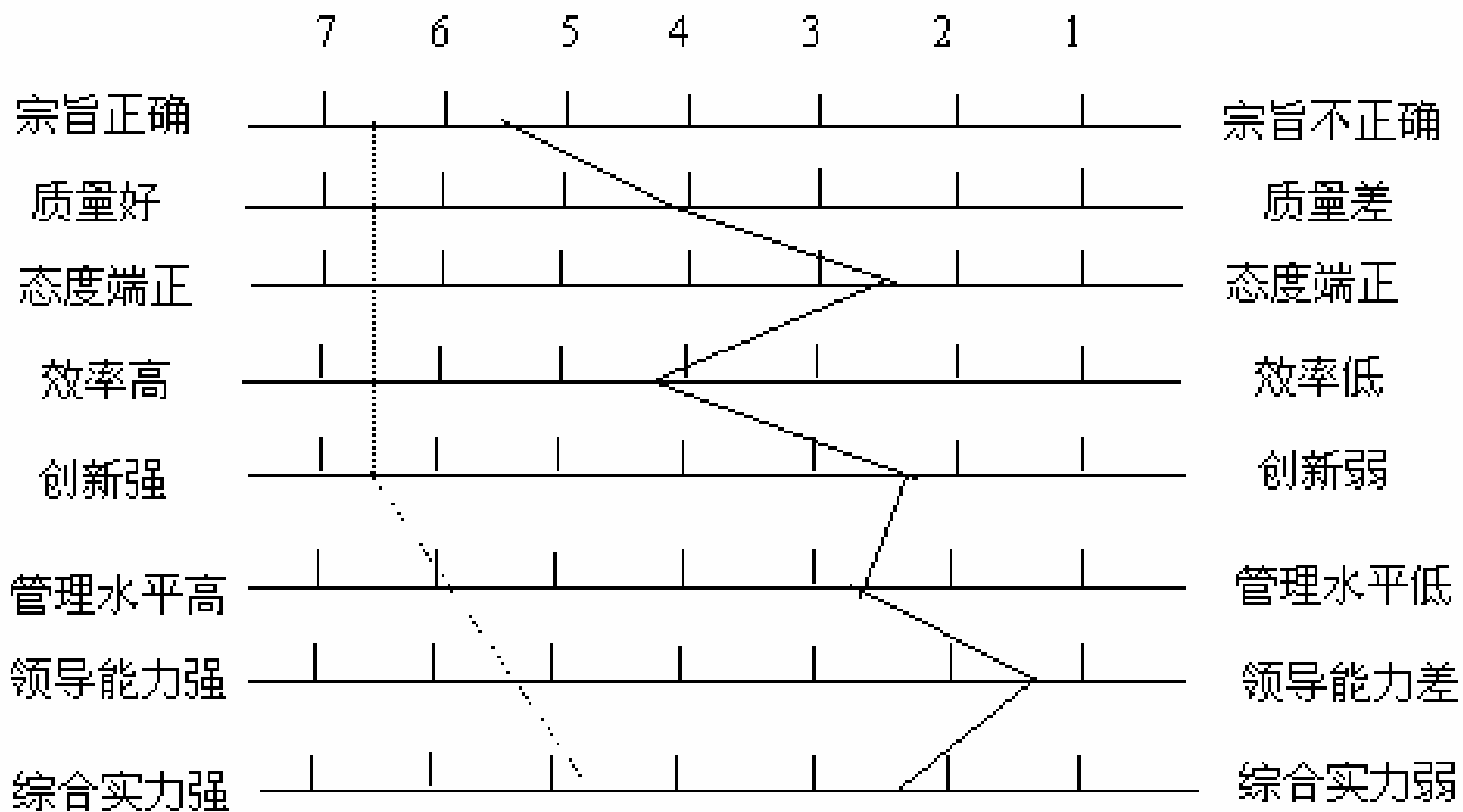
组织形象差距比较

7 6 5 4 3 2 1

评价 调查项目	非常	相当	稍微	中	稍微	相当	非常	评价 调查项目
经营宗旨正确		60	30	10				经营宗旨不正确
产品质量好			30	60	10			产品质量差
服务态度端正				15	20	65		服务态度恶劣
工作效率高			25	65	10			工作效率低
技术创新能力强					20	70	10	技术创新能力弱
管理水平高				10	40	50		管理水平低
领导者能力强					10	10	80	领导者能力差
组织综合实力强					30	60	10	组织综合实力弱

组织形象要素调查表

例：经营宗旨的平均分：
$$\frac{60人 \times 6 + 30人 \times 5 + 10人 \times 4}{100人} = 5.5$$



组织形象要素图



公众舆论调查主要内容有：

- 1、有多少公众知晓，包括绝对数量与相对比例，还有知晓公众的种类分布情况等。
- 2、这些知晓公众对有关问题了解的程度如何，包括全面性和层次性，如果公众了解的情况不够全面，那么他们掌握的资料对组织是有利还是不利的信息。
- 3、公众的态度是什么，是赞成还是反对，或满意还是不满意。





度量指标

绝对度量指标:

$$L_s = R \times f$$

- L_s 为绝对度量指标
- R 测量公众人数或者持有某种态度的测量公众
- F 公众分布种类

相对度量指标:

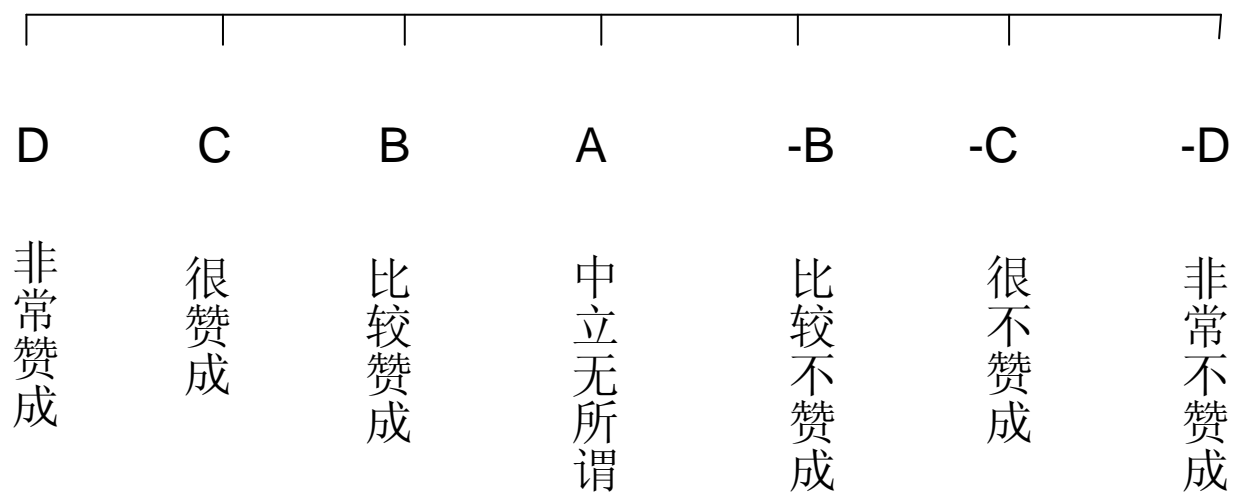
$$L_{zk} = L_{sk} \times 100\% / L_s$$

$$L_{zf} = L_{sf} \times 100\% / L_s$$

- L_{sk} 为肯定态度绝对量指数
- L_{sf} 为否定态度绝对量指数
- L_{zk} 为肯定态度相对量指数
- L_{zf} 为否定态度相对量指数



强度指标



舆论强度级差图



Case

某企业为了测量潜在用户对新产品欢迎程度，调查了**1000**名用户，他们来自**5**个区域中的**6**种不同公众中按比例选定，结果如下：

持	B	C	D	-B	-C	-D	A
的公众分别为	330	270	100	17	170	113	0

绝对度量指标：

- $L_s = 1000 \times 5 \times 6 = 30000$ 人
- $L_{sk} = (330 + 270 + 100) \times 5 \times 6 = 21000$ 人
- $L_{sf} = (17 + 170 + 113) \times 5 \times 6 = 9000$ 人

相对度量指标：

- $L_{zk} = 21000 \times 100\% / 30000 = 70\%$
- $L_{zf} = 9000 \times 100\% / 30000 = 30\%$



Case

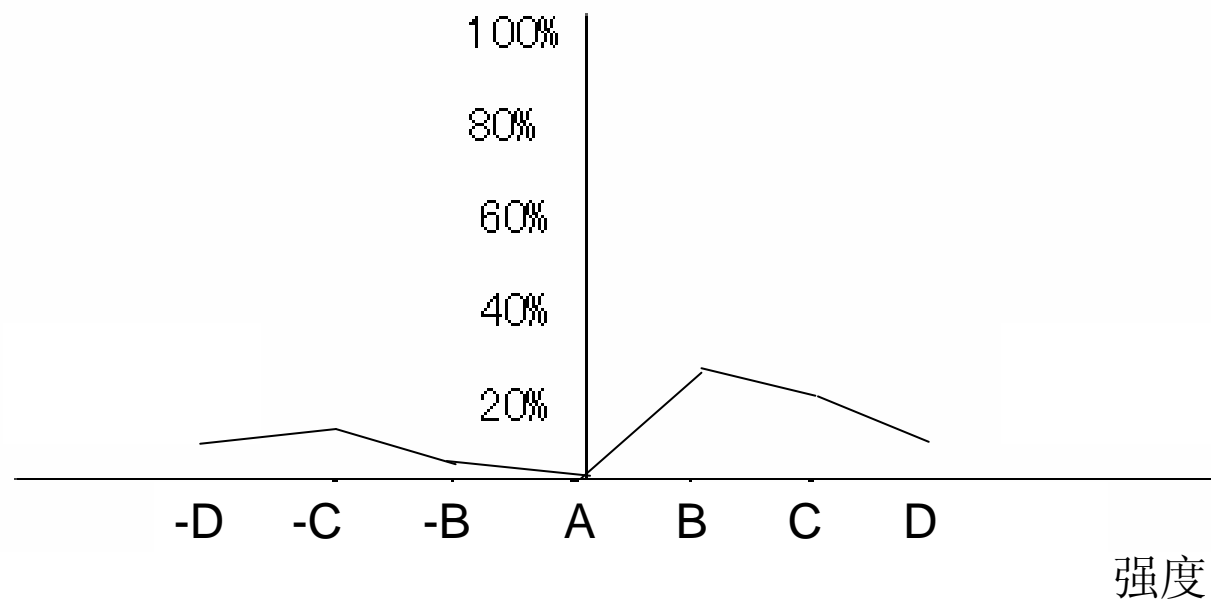
强度指标:

- $q_{zk} B = 330 \times 5 \times 6 \times 100\% / 30000 = 33\%$
- $q_{zk} C = 270 \times 5 \times 6 \times 100\% / 30000 = 27\%$
- $q_{zk} D = 100 \times 5 \times 6 \times 100\% / 30000 = 10\%$
- $q_{zf} B = 17 \times 5 \times 6 \times 100\% / 30000 = 1.7\%$
- $q_{zf} C = 170 \times 5 \times 6 \times 100\% / 30000 = 17\%$
- $q_{zf} D = 113 \times 5 \times 6 \times 100\% / 30000 = 11.3\%$





舆论测量模型



左边越平滑越好，没有图像更好。右边越陡峭越好可以测出舆论波动情况，及时找出问题，同时可测公关活动效果



第二节 公共关系调查的程序

调查目的就是要确保前期公共关
系调查的科学性和调查结论的可靠
性





公关调查的程序

发现并确定问题



确定调查对象



选择调查方法



开展实际调查



整理调查资料



撰写调查报告



一、确定调查选题

确定调查选题即确定公共关系调查活动的课题，也就是确定要研究解决什么问题，公关调查研究大都也是从选择和确立具体项目开始的。

二、制定调查方案

制定调查方案是公共关系人员根据组织形象的现状和目标要求，分析现有条件，设计最佳行动方案的过程。其内容包括设计调查指标、选择调查对象及调查活动规划三个部分。

三、搜集资料和实施调查方案





四、分析处理调查结果

- 检查
- 分类
- 编码
- 登录

重要的统计软件**SAS**、**SPSS**、**EXCEL**



五、撰写调查报告

公共关系调查报告是调查者根据公共关系调查活动所获得的信息资料和据此而形成的分析结论所撰写的一种文体，公共关系调查报告有基本文体格式、写作内容方面的要求，但在具体的写作过程中还应针对具体情况，灵活安排其写作结构。

- 1、公共关系调查文体格式与写作要求
- 2、撰写调研报告的注意事项



公共关系调查报告文体格式与写作要求

文体格式	常用形式	基本内容	写作要求
标题	直叙式、观点式、问题式	表达调查主题	题目精练新颖、高度概括、有吸引力
导言	叙述式 提问式 总结式	介绍调查工作概况：如调查时间、范围、方式、内容、目的等	点明主题 高度概括 精练简短
主体部分	正文	逻辑分叙式 表格说明式 条文列举式	主题明确、中心突出、材料典型、逻辑性强、条理清晰、报告语言简洁、有说服力
结尾	归纳式 警告式	全文小结并提出建议和措施	概括全文、形成结论、提出建议
署名	标题之下 全文之后	调查单位与 写作时间	简单明确
附录	原件、资料卡、表格等	调查表、典型材料、数据库	根据正文需要

范例：2006年中国公关行业调查报告



第三节 公共关系调查的原则及方法

一、公共关系调查的原则

- 1、全面性原则
- 2、代表性原则
- 3、客观性原则
- 4、定量性原则
- 5、时效性原则





二、公共关系调查的方法

► 普遍调查

范例：2010年的全国人口普查

► 抽样调查

范例：每个月统计局关于居民消费价格指数（CPI）的调查





1、随机抽样调查方法

(1) 简单随机抽样

(2) 系统抽样（等距抽样）

案例：越战士气调查

(3) 分层抽样

(4) 聚类抽样（整群抽样）

案例：2000家庭从5个地区的10个区段中选出40户





2、非随机抽样调查方法

(1) 判断抽样

(2) 定额抽样

(3) 典型调查

(4) 个案调查





➤ 问卷调查法

1、定义与内容

2、问卷的类型

(1) 封闭式问卷

(2) 开放式问卷

范例：大学教师教学发展调查问卷



3、问卷的设计

问卷的结构

- 引言
- 导语
- 调查项目
- 资料录入部分

问卷的条款设计

- 定性测量 “喜欢” “不喜欢”
- 定量测量 李克特七点量表





4、问卷的分发

- 邮寄法
- 组织分配法
- 当面填写发
- 滚雪球法
- 在线投票法





➤ 访问调查法

- 访谈法
- 通信调查法
- 电话调查法

➤ 观察法

➤ 实验法

➤ 文献研究法





讨论题

一、问答题

- 1、公关调查的内容有哪些？
- 2、如何设计调查问卷？
- 3、根据你所在院校的实际情况，请设计一份有关大学生形象的调查问卷，并制定详细的调查活动方案。





讨论题(续)

二、分析题

1、【案例】先搞清这些问题

问题：

(1)你是如何理解公关顾问的话“先搞清这些问题，然后开始你们的公共关系工作”的？公关调查对组织有何意义和作用？

(2) 公关顾问所提的五个问题体现了公关调查哪些内容？

2、【案例】长城饭店的日常调查

问题：

(1)长城饭店靠什么赢得了顾客、赢得了市场？

(2)长城饭店在公共关系调查方面对我们有何启示？

(3)如果你是一位总经理，你认为还应从哪些方面来做好日常的公共关系工作？



讨论题(续)

三、技能训练

1. 结合所学习的理论，请自己选择一个项目，设计一份公共关系调查问卷并制定出详细的调查活动方案。

2. 北京长城饭店有一个常规的调查卡，卡的外形设计精美，内容设计层次分明，逻辑性强，回答方式也很简便精选的32项内容涉及客人对饭店的总体评价，再来北京再住长城饭店的可能性，对几十个类别的服务质量评价如何，对服务员服务态度评价如何，以及客人游历情况等，服务员每天把调查问卷放在客房内，填完后再回收。

请针对上面的调查内容，设计一份调

