

赢在危机公关暨广告管理训练营

【课程背景】

越来越多的企业不断被媒体曝光的前车之鉴告诉我们及早建立危机公关管理及预防系统对企业良性持续发展的重要性。媒体关系被称为企业对外最重要的关系，它很大程度上决定了企业在公众舆论中的认知。因此，危机管理首先要做的工作便是建立和谐的媒体关系，打造不可替代的舆论影响力。

【授课时长】

两天：9：00-17：00(12小时)

【课程收益】

- 1、使学员树立危机意识；
- 2、公共关系如何为我所用？
- 3、危机如何预警？
- 4、危机传播与媒介公关策略
- 5、危机公关与新闻传播管理
- 6、危机公关与广告资源管理

【授课方式】

导师讲解、大量案例分析，双向沟通、疑难解答、针对性讲解、参与式研讨。

【课程特色】

鲜活的案例，大胆的运用，复杂中的突破，困境中的反弹，充满张力的剖析，智慧的火花，激情的语言，令学员感动、感悟和震撼。

【课程大纲】

第一讲：危机管理就是刀尖上的舞蹈

*案例：从“民营企业的13种死法”、
之中看公共关系与危机管理的重要性
为什么要进行危机管理
有无危机管理的结果对比
危机如同纳税一样不可避免
危机管理是艺术也是科学

第二讲：公共关系才是危机管理的核心

公共关系定义

公共关系管理

公共关系目标

公共关系要素

公共关系功能

第二讲：认识公共关系危机的特征

公共关系危机的定义

任何可能危及组织的最高目标和本利益、组织管理者无法预料、但又必须在极短时间内紧急回应和处理的突发性事件。

公共关系危机的特征（五大特征）

公共关系危机的聚焦（三大聚焦）

典型的公共关系危机（危机的两大表现形式）

第三讲：公共关系危机的类型（九大类型）

危机的“四大类型”

危机的“九大成因”

管理的“九大误区”

第四讲：议题处理与舆论危机

“议题处理”的涵义

议题与舆论危机

议题处理的八大方法

第五讲：公共关系危机管理

公关危机管理的定义

哪些情况容易发生危机

危机管理的“三个阶段”

制定危机应变方案

第六讲：危机传播管理与媒介公关策略

危机传播的“三原则”

危机传播的基本策略

处理危机时易犯的错误

危机传播面对媒体大忌

危机公关“5S原则”

媒介攻略“四个一”

与媒体建立良好的关系

公关部门的“四个能力”

第七讲：危机公关与新闻传播技巧

熟悉并了解各种媒介

选择合适的新闻发言人

人际关系沟通中的语言

新闻发言人基本原则

做好发布会的策划准备工作

确定对外公布的信息准备新闻稿

全方位配合记者的采访

正确对待曝光报道或失实报道

管理和评估媒体危机公关的技巧

第八讲：危机公关与广告资源管理

解读新闻媒介与广告资源

广告资源的种类及特点

新媒体广告资源的属性

危机管理的广告资源传播

危机管理的广告资源监测

危机管理的广告资源评估

专业广告资源的评估工具

第九讲：现场挖掘内部“危机隐患”

分组讨论公司目前有哪些隐患危机？

轮流登台揭发公司存在的危机

如何向媒介应对这些危机？

共同讨论解决出危机方案