

# 危机公关与舆情处理

## 课程背景：

近年来，中国的媒体环境发生了巨大变化，形态日趋多样，特征日趋复杂，对公众舆论的影响、对政府、企业的监督作用都大大加强，越来越多的企业因媒体曝光或者处理不当而损失惨重。

□ 在这样的环境下，如何协调与政府、公众以及媒体的关系；如何在服务客户的同时，最大限度地降低对社会及其大众的客观干扰；如何妥当地消除公众的误解和矛盾，积极有效地应对危机；如何正确处理媒体关系，树立良好企业、组织形象，抵御危机……凡此种种，对企业的发展具有重要和长远的意义。面对如今互联网自媒体时代的到来，作为企业管理者和公关部门：

- 你是不是总是为网络舆情而烦恼？
- 你是不是经常为公共关系而忧心？
- 你的品牌是不是有时候因为一个投诉或一条微博而存在信任风险？
- 您是不是想方设法发展媒体关系却无从下手？
- 员工是不是经常抱怨经常遭遇危机去匆匆应对，而没有一个解决体系？

《危机公关与舆情处理》会为您解决以上所有难题，帮您打造富有凝聚力和向心力的公关团队与危机处理技巧，提升竞争力，在网络自媒体风起云涌的时代坚如磐石，应对自如。

**本课程会随课提供《舆情工作管理办法》《重大突发声誉和舆情事件应急预案》两套企业危机公关与舆情处理的操作手册详案。**

## 学员收益：

- 突发事件应急处理的基本概念（原则、目的、组织体系、需要提升的能力、技巧）
- 树立媒体意识、危机意识、公关意识，学会将诸多危机消灭在萌芽期；
- 掌握各种突发事件的基本处理方法，尤其是应急处置与救援；
- 掌握各种突发事件的管理方案，重要的是突发事件事后恢复与重建；
- 掌握可操作的突发事件管理体系方案；政府和媒体应对的处理方式。

## 课程特色：

- 专业、系统、实战、可操控、可借鉴；
- 大量案例，熔炼办法；深入浅出，通俗易懂；
- 教战结合，现场解答；实务探讨，领会技术。

## 授课方式：

1、主题讲授，2、分组 PK，3、现场演练，4、案例研讨，5、视频欣赏

# 课程大纲

## 第一模块：危机初体验

### 一、危机管理的前世今生

- 1、为什么百年企业因为一个小事件而倒闭？
- 2、为什么许多知名企业和企业家因为一个危机没处理好而从此销声匿迹？
- 3、为什么某些企业可以将危机处理得很好，进而转化商机？
- 5、企业案例分析
- 6、 $100-1=0$
- 7、危机是什么
- 8、危机的几大效应

### 二、企业公关危机的分类

- 1、宏观形势
- 2、质量诚信
- 3、竞争对手
- 4、人力资源
- 5、天灾人祸
- 6、观念变化
- 7、其他危机

## 第二模块：锦囊出对策

### 一、危机管理之道（原则）

- 1、五方博弈分析
- 2、案例分析

### 二、危机管理之法（阶段方法）

- 事前：居安思危、防微杜渐、未雨绸缪
  - 事中：临危不乱
  - 事后：转危为安、前车之鉴
- 1、预防期：重点圈定、躺着中枪、杞人忧天、没事找抽
  - 2、爆发期：源头策略、渠道策略、受众策略
  - 3、解决期：渗透、斩首、切割
  - 4、恢复期：新闻灌水期、低风险炒作、高风险消声
  - 5、总结期：待时、复局、预案

## 第三模块：危机管理之术

- 1、六套艺术话术
- 2、六套禁忌话术
- 3、案例练习

## 第四模块：媒体和政府那些事

### 一、像了解市场一样了解媒体

- 1、成也媒体，败也媒体
- 2、媒体商业化时代
- 3、媒体关系企业成败
- 4、现代媒体众生相
- 5、完全解读当代媒体
- 6、看看媒体的胃口

### 二、像经营产品一样去经营政府

政府感情的培养和维护

## 第五模块：好风频借力

### 一、互联网自媒体时代下的企业品牌危机

- 1、自媒体的历史与辉煌
- 2、自媒体众生相
- 3、网上那些事儿
- 4、网上那些人儿
- 5、自媒体时代危机的实用方法

### 二、实务：名人之痛——针对企业家盛名攻击的危机

- 1、天下大势合久必分
- 2、真做秀还是真慈善
- 3、狱中董事会
- 4、这个女人不寻常
- 5、饮食男女，食色性也
- 6、解决之道

### 三、实务：针对产品质量与诚信的危机

- 1、质量诚信型危机类型
- 2、三方利益链博弈
- 3、处理方式：隔离法、切割法、澄清法、反击法

### 四、实务：针对人力资源的危机

- 1、人力资源危机类型
- 2、解决办法：画饼充饥、擒贼擒王、各个逐破、明镜高悬

### 五、实务：针对对手恶意攻击的危机

- 1、市场竞争态势分析
- 2、分析竞争对手之间的关系分析
- 3、案例分析

### 六、实务：违反传统文化道德底线引发的危机

- 1、中西方价值观的差异引发的危机
- 2、案例：一石激起千重浪
- 3、不易理解的现实：意识形态宣传与新闻、新时期党的执政能力、舆论监督的分寸尺度、中国式反腐

### 七、总结：适合自己的，就是最好的公关