

## 战略管理的精华课程

# 危机管理与领导力

### 课程介绍：

近年，中国经历了三鹿奶粉 9 11 事件、地震灾害等重大社会性危机、公共危机事件的洗礼，而波及全国的企业危机事件也越发频繁，“东航返航”事件、海底捞后厨风波、红黄蓝幼儿园虐童事件等给企业乃至社会都造成了极大的影响，这些危机事件成为社会关注的热点，“事件”、“危机”、“危机管理”已成为媒体报道中经常出现的关键词。在这些危机事件的背后，我们一方面看到了政府对危及公众利益事件惩治力度的加大，公众维权意识以及媒体传播力度和广度的空前提高，另一方面也看到大部分企业对危机的预警不到位、不及时，危机处理缺乏经验，缺少训练有素的危机管理人员。面临诸多危机事件，危机管理中的领导力如何体现？

上世纪 90 年代开始，越来越多的跨国公司公司，乐于宣讲 CSR。尤其是那些倡导“世界是平的”的公司。那么在“平的世界”中，公司需要密切关注、冷静思考如何在公众的关注下实践 CSR，如何建立企业社会责任的系统，如何让这一系统在关键时刻发挥作用，又成为人们关注的焦点。对于企业而言，在履行社会责任的过程中，是选择主动进攻还是选择被动防守？

时下，融资困难、人民币升值、CPI 走高、原材料上涨、人力成本增加、环保和产业政策调控压力加大，已经成为 2008 年以来一根又一根不断削弱中国企业竞争力的“稻草”。而由美国次级债所引发的全球性的金融危机，更加让中国企业面临着改革开放以来最严峻的挑战，中国企业也将随着新一轮的经济周期进入到一个“严冬”。我们应该如何过冬？风险与危机应对的切合点在哪？我们不妨从眼下的现实中寻找“过冬”法则。

### 课程提纲：

#### 前言：

危机管理本质——汽车安全带

危机管理——-中国特色

危机意识——-全员意识

## 第一节 领导

少领多导 率领与指导

领导重视=|| 亲历亲为 案例：达娃之争 奥运危机公关中的不对称

领袖与企业公民责任 公共危机中企业公民形象如何树立？

## 第二节 决策

少策多决 决定与策划

危机决策中的选择与排序

案例：产品质量危机—汽车碰撞

## 第三节 预测与预警

内部与外部的产生源头 设计与暴雪危机

9 11 事件与预测 9 11 事件中声明与启示 预案与视角

预测与现代企业 预测与公共危机 古代危机与预测

## 第四节 组织

危机中的人事图 选拔创新力思维的人

案例：品牌危机与人事分工

## 第五节 定位

国有企业与民营企业的再定位 危机管理的定位

企业家心理定位 进攻与防守策略的选择需要在定位的基础上作出判断

案例 1：东航返航事件——守势策略 案例 2：富士康选择进攻是否合适？

## 第六节 激励与部门理念的变革

先激后励 提倡顺向情绪激励

罗斯福 刘洋 梅尔龙的故事

## 第七节 危机管理与新媒体

网络媒体 手机媒体

博客与意见领袖 播客与事件进程

移动互联网

## 第八节 对手

放大拳头 案例：蒙牛乳业的胜利

挑明真相 案例：HR 上市公司的胜利

打草惊蛇 案例：ZH 啤酒企业的胜利

## 第九节 供应链

供应链-----企业选择的系统有限原则 案例：品牌危机

供应链——企业的上帝 案例：产品质量危机

## 第十零节 团队力量与危机管控（上、下）

正确的策略

案例：IT 产品质量危机

两个渠道的开辟 临时渠道与固定渠道的深远影响

成功危机管理——危机打赢胜仗的 4 个必备条件

## 第十一节 2017 年的经济走势与分析

中国当前问题的解读

产业格局变化带来的挑战

## 第十二节 中国实体经济与未来之路（上下）

虚拟经济危机波及实体经济，这个冬天没有谁会置身事外？

市场紧缩/生产能力过剩/现金流不足/融资困难/市场投入不足

企业自身应对的内功

企业转型与未来之路的必备条件

## 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，令读者感动、感悟和震撼。

——通过一系列的危机管理案例的全景阐述，介绍这些案例背后鲜为人知的解决方案和思维方式：长城、宇通、巨能、远大、红星、宏达、可口可乐、中国移动……

## 培训效果

——让学员体会到：弱者的力量，强者的尴尬；从困境中获得力量，用简单制约复杂。这样就能在并不对等的较量中实现以弱击强，在雪上加霜的困境中获得快速突破。

——听完王老师的课你就会坚信：不管您拿到的牌多么糟糕，基于现实条件的、简单易行的危机解决方案一定存在。

——中国每年数十万名企业家和高级管理人员接受过王微老师的培训，对其课程的实用性和有效性给予高度评价。被誉为“在中国做企业不能不听的课”

——听老师指点“转弯的危机路口”迷津。“听君一夕真言，少走十年弯路！”

## 课程重点：

- 1、危机如何识别？
- 2、危机如何处理？
- 3、危机如何预警？
- 4、危机如何避免误区？

## 课程目标：

- 1、使学员树立危机意识
- 2、让企业在危机面前不再犯下原则性错误
- 3、危机预警从理念变革开始
- 4、教授学员远离危机的陷阱

## 课程对象：

大中型企业高层、中层管理人员

## 培训课时：

1——5天（6——30小时）；