

银行业（金融业）

声誉风险管理

课程背景：

“安而不忘危，治而不忘乱，存而不忘亡！”中国上市公司乃至广大企业身处的是一个系统化发展与碎片化生存并存的现代社会，各种各样的危机与我们如影随形，需要我们直接面对，并想法设法妥善处理。银行业同质化竞争越来越激烈，面对突发事件、主管机构的监督，如何做好声誉管理、有效控制舆情？

客观点说，只有将危机意识与金融产品市场化融入企业发展理念，将危机管理嵌入银行业管理战略、声誉风险控制，并在真正遭遇突发事件时，能启动相应的管理模式，调动人力、物力和信息资源，争取更多时间、获得更多信息，最大限度降低损失，转“危”为“安”，化“危”为“机”才能使银行业声誉风险管理与突发事件管理提升进入新水平！

课程设置：

第一节 公关危机 与声誉管理概念 引言

遇到危机的时候 你绝对不可以改变事实

但是 可以改变公众对银行（金融机构）的看法

危机的时代到来了

特征一：危机发生的频率愈来愈快

特征二：机构遭遇危机的面积愈来愈大

特征三：网络舆情战愈演愈烈

特征四：政府庇护的力度愈来愈额弱

危机意识——培养全员危机意识

危机的脾气——不可逆转性不可改正性

银行声誉风险管理的规律——预警与修复

银行危机的 3 众类型：声誉危机、用户投诉、挤兑与安全事故

突发事件处理成功要素——成功处理突发事件的成功 4 要素

第二节 银行业突发事件与声誉风险管控制策略

突发事件要素——源头与控制

品牌危机——邯郸农行抢劫案风波、招商银行客户名单泄漏

金融产品质量危机——客户的承诺没有兑现

客户投诉类危机——金融产品销售是一个动态服务过程

第三节 银行业 6 种声誉风险应对 与演练

场景一：如何应对媒体？接待记者突击电话采访和当面采访。

场景二：基层工作人员婉拒记者的采访要求 暗访与不公正报道预防

场景三：突发事件应急处理

场景四：如何应对客户的投诉？

场景六：如何妥善处理故意刁难的问题客户

分别以下述 2 个场景为例——

第四节 预警 预案 银行业声誉风险控制 7 步法

- 变百度检测为大数据智能检测——防止金融业的突发事件
- 变“上访”为“下访”——将危机与冲突剪灭在萌芽状态
- 突发事件演练的 4 个核心要素 ——演练常态化
- 通过手机媒体做好金融法律预警传播工作
- 预警与预案的核心要素——实战性、资源建设、板子打在谁的身上？

•银行声誉风险解决的根本之道——危机预警 7 步法

1， 建团队—— **2**， 云监测——

3， 做预案—— **4**， CSR（机构公民形象）——

5， 请顾问。 **6**， CIO（首席信息官） **7**， 搞演练。

互动与讨论

案例一：【邯郸农行抢劫案】——作为农行当事方，应如何应对该突

发事件？

案例二：：媒体如何应对——新闻发布 预警与风险，新闻发言人如何回答

记者提问？

（视频略）

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？

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