

# 银行业（金融业）

## 突发事件应对与危机管理

### 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，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”才能使银行业管理进入一个新阶段！

### 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

声誉管理的组成——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管理策略：**

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

**第参节 金融业 6 种声誉风险应对 与桌面演练**

**场景一：接待记者突击电话采访和当面采访。**

**场景二：婉拒记者的采访要求**

**场景三：重大突发事件应急处理**

**场景四：因信息发布有误导致的纠纷。**

周四上午，一位客户在购买了我行最新销售的一款理财产品后，突然发难，说协议上的预期收益率是 4.3%，而支行门楣 LED 滚动字幕屏上的收益率是 7.3%，正在大堂吵闹。恰巧旁边有位办业务的客户是\*\*都市报的记者，他来到支行门口看到滚动字幕上的利率果然是 7.3%，并用随身携带的相机进行了拍摄。

经查，系支行员工录入信息发布屏是不慎将“4”录为了“7”。如何处置？

**第四节 监测与风险防范 预警 预案制订**

- 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？

## 互动与讨论

**案例一：**【邯郸农行抢劫案】——4月14日14时许，邯郸市农业银行金库发生一起特大盗窃案，被盗现金人民币近5100万元。经调查发现，该行现金管理中心库管员任晓峰、马向景有重大作案嫌疑。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  
(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