

课程大纲

【课程名称】 通信行业危机管理与预警

【课程时长】 1天 (6小时)

【讲师推荐】 李翔宇

【课程介绍】

紫金矿业污染披露滞后事件、丰田公关危机，碧桂园地产房屋质量危机、三鹿奶粉、9 11 事件，给上市公司以及其他大中型企业及所在行业、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，危机如何管理？

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”的上市公司。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，危机如何预警？

“安不忘危，盛必虑衰。”危机管理，已经成为当今企业生存的必修课！

【课程收益】

- 1、剖析电信业环境改变对运营商内部的影响。
- 2、剖析当前中国危机管理实践的误区，构建危机管理体系。
- 3、如何建立有效危机管理指挥中心

【课程大纲】

第一单元 危机管理的引言

危机的脾气——不可改正性

危机的意识——全员危机意识

危机管理本质——汽车安全带

危机预警——预防大于处理

媒体关系——电信公司发言人的基本功

第二单元：电信公司的危机现象与应对

造假还是诚信——业绩预告须诚实

高管年薪公示——品牌危机的重视

企业公民形象如何树立——CSR 为企业树立防火墙

第三单元：危机的预警与规范性管理

- 预警之一：高层重视—CEO 介入时机&露面时机
- 预警之二：竞争对手的防范-----上天入地&为我所用
- 预警之三：新闻发言人的评定-----新闻官的职能
- 预警之四：建立财务绿色通道---固定资产与现金流的比例

案例讨论：电信行业品牌危机