

---

# 《公共关系与危机管理》

## ◆ 课程大纲：

### 一．公共关系的基本要素

- 1．公共关系主体——社会组织
- 2．公共关系客体——公众
- 3．公共关系手段——传播
- 4．公共关系的核心——管理

### 二．企业危机管理和危机公关的重要性

- 1．企业为什么要学习危机管理和危机公关
- 2．企业要认识危机管理和危机公关的价值
- 3．逝者如斯夫（系列案例）
- 4．危机的三重效应
- 5．危机管理和危机公关是企业良性经营的核心元素、

### 三．企业危机管理和危机公关的整体框架（案例分析）

- 1．潜伏期的应对——信息收集、危机识别、发出警示、建立预案
- 2．爆发期的应对——调查分析、安抚客户、联络媒介、控制蔓延
- 3．解决期的应对——落实方法、提出方案、做出行动、传播沟通
- 4．恢复期的应对——落实整改、消除影响、修补关系、矫正形象

### 四．企业内外危机管理和危机公关的技巧（案例分析）

- 1．企业内部危机管理和危机公关的技巧
  - (1) 居安思危，培养全员危机意识
  - (2) 未雨绸缪，及早进行危机培训
  - (3) 防范未然，建立危机预警系统
  - (4) 防微杜渐，第一时间排除险情
  - (5) 弥补过失，勇于承担事故责任
  - (6) 总结经验，谨防危机事件重演
- 2．企业外部危机管理和危机公关的技巧
  - (1) 关心政策，积极配合主管部门
  - (2) 统一口径，策略应对媒体质疑
  - (3) 诚心沟通，尽力赢得各方谅解
  - (4) 低调处理，暂避对抗雪上加霜
  - (5) 转危为安，寻找契机重获市场
  - (6) 积极公益，再塑良好社会形象

### 五．企业危机管理和危机公关的具体过程

- 
1. 深入现场、了解事实
  2. 分析情况、确立对策
  3. 安抚客户、缓和对抗
  4. 联络媒介、主导舆论
  5. 多方沟通、加速化解
  6. 有效行动、转危为机

## 六. 企业危机管理和危机公关的实务操作 (案例分析、互动研讨)

1. 了解危机管理和危机公关的具体内容
2. 掌握危机的特点
3. 运用危机管理和危机公关的原则
4. 企业管理危机，重点要做好两件事
5. 危机管理和危机公关中需要考虑的关键点
6. 危机管理和危机公关中的不合适行为

## 七. 企业危机管理和危机公关的特殊方法 (案例分析、互动研讨)

1. 韬光养晦的处理方法
2. 中庸文化的运用
3. 关注公众最关心的问题
4. 危机发生时，客户沟通四建议

## 八. 掌握可操作的企业危机管理和危机公关方案 (案例分析、互动研讨)

1. 成立危机管理小组
2. 对外发表声明
3. 对内沟通
4. 对外沟通
5. 权威介入

## 九. 企业如何处理与政府之间的关系 (案例分析、互动研讨)

1. 关注主管部门的心态
2. 呼吁各主管部门转变职能，监管应该到位
3. 发生危机时，企业应积极政府公关
4. 处理好与政府关系的重要性
5. 处理好与政府关系的途径

## 十. 企业如何处理与媒体之间的关系 (案例分析、互动研讨)

1. “鸵鸟政策”行吗？
2. 媒介是把双刃剑
3. 第一时间通过媒体发布消息
4. 日常双赢关系的建立
5. 正确对待曝光的报道或失实的报道
6. 信息时代 (Web2.0) 的网络衍生危机管理

## 十一. 企业如何处理与公众客户之间的关系 (案例分析、互动研讨)

- 
1. 危机发生后，公众最关心什么
  2. 危机发生后，以最快的速度与客户接触
  3. 把握公众的情绪
  4. 危机发生时，客户沟通四建议
  5. 为了预防危机事件，要多替客户考虑
  6. CS 客户满意

## **十二。企业如何处理与行业协会之间的关系（案例分析、互动研讨）**

1. 充分发挥行业协会在政府与企业之间的桥梁和纽带作用
2. 通过行业协会获取行业经济信息
3. 企业间竞争与合作需要行业协会协调
4. 通过行业协会维护市场秩序和企业利益
5. 通过行业协会为行业规划和产业政策建言
6. 通过行业协会促进企业对外开放
7. 让行业协会为企业的开拓、创新、发展提供服务