
《企业危机公关》

◆ 课程大纲：

一．企业危机公关的重要性

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

二．危机公关中需要提升的能力

- 1．对危机的预测能力
- 2．对政策的应变能力
- 3．对市场的反应能力
- 4．对流程的调整能力
- 5．及时反省失误能力
- 6．应对突发事件能力
- 7．危机过程控制能力
- 8．变革方案执行能力

三．企业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．企业内外危机公关的技巧（案例分析）

- 1．企业内部危机公关的技巧
 - (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. 企业危机公关的实务操作 (案例分析、互动研讨)

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

七. 企业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. 掌握可操作的危机公关方案 (案例分析、互动研讨)

1. 成立危机公关小组
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