

---

# 《企业危机公关与媒体应对》

## ◆ 课程大纲：

### 一．企业危机公关与媒体应对的基本要素

- 1．危机公关与媒体应对主体——社会组织
- 2．危机公关与媒体应对客体——公众
- 3．危机公关与媒体应对手段——传播
- 4．危机公关与媒体应对的核心——管理

### 二．企业危机公关与媒体应对的重要性

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

### 三．企业危机公关与媒体应对的整体框架（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．企业内外危机公关与媒体应对的技巧（案例分析）

- 1．企业内部危机公关与媒体应对的技巧
  - (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．企业外部危机公关与媒体应对的技巧
  - (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．企业危机公关与媒体应对的具体过程

- 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．企业危机公关与媒体应对的特殊方法（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与媒体应对方案（案例分析、互动研讨）

- 1．成立危机公关与媒体应对小组
- 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．网络时代、媒体是谁
- 2．认识媒体、重视媒体

- 
3. 如何主动建立与媒体的良好关系
  4. 危机发生时与记者打交道的技巧
  5. 企业如何处理媒体的错误报道
  6. 企业如何应对突发危机事件

#### **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