

从适者生存到预者生存

——企业危机管理的五大系统建设

主讲老师：杨立

【课程背景】

随着互联网的发展，舆情爆发的方式越来越多样，也更为随机，企业往往在“不经意”间即被裹挟进汹涌的舆情浪潮，缺乏前置应对准备的企业，也容易因为应对机制欠缺，陷入不应对，品牌受伤，应对不当，品牌更受伤的尴尬境地，造成企业品牌资产的巨大损伤。而对于越来越公众化的企业而言，企业品牌资产是和企业经营资产管理一样重要的资产。面对这样的现实，该如何以预见性的前置准备，构建完整防护体系，防患未然。

- 如何建立完备的企业危机管理系统？
- 企业完备的危机管理系统包含怎样的构成要件？
- 企业危机是否能真的做的防控有效？
- 如何打破鸵鸟式应对和凡尔赛应对的尴尬处境？
- 如何通过系统应对，建立和维系企业的品牌资产？

本课程即从实战出发，以“防范、预警、反应、处理、修复”五大系统，构建完整的企业危机管理系统，着重强化企业危机预防意识和能力，引导企业危机的事后管理到事前预防转变，从而降低企业危机管理的综合成本。课程通过案例、实战应用，注重理论与实践的结合，结合老师十五年的从业实战经验，以实效为主导，帮助企业建立完整的危机管理系统，为企业品牌资产的建立与维护，助力保驾。

【课程收益】

- 了解企业危机应对的五大系统
- 了解企业危机防护五大屏障
- 了解企业危机预警机制
- 掌握媒体应对的技巧和方法
- 掌握企业危机后品牌修复的方法和途径
- 提升企业系统性应对危机管理的能力

【课程特色】 干货，没有废话；科学，逻辑清晰；实战，学之能用；投入，案例精彩

【课程对象】 董事长、总裁、总经理、VP、品牌 VP、品牌总监，业务负责人等中高层管理人员

【课程时间】 1天

【课程大纲】

一、企业为什么需要建立危机管理体系？

1、舆情爆发新常态

案例：微信群、朋友圈、微博、知乎、直播等导致的危机舆情

2、应对不当导致舆情升级

案例：全棉时代凡尔赛体道歉

3、企业危机管理的五大系统

- 防范系统、预警系统、反应系统、处理系统、修复系统

二、企业危机防范系统怎样建立？

1、五道屏障防护体系

- 内部危机培训系统
- 外部关系管理体系
- 2、时代特色下媒体环境**
- 3、媒体关系的分层管理**
- 建立媒体关系管理体系的目的
- 媒体管理体系分类

三、企业危机预警系统怎样建立？

1、预警系统建立的意义

2、预警系统的功能模块

- 信息监测
- 态势分析
- 事件跟踪
- 灵活预警

四、企业危机反应系统怎样建立？

1、危机舆情的界定与分类

2、组建危机管理小组

3、突发事件的影响力分级

- 总体原则
- A类危机
- B类危机
- 遵守原则
- A类危机下的小组构成
- B类危机下的小组构成

五、企业危机处理系统怎样建立？

1、危机处理的总体流程

2、危机管理小组的工作程序

- 搜集信息，核查事实
- 采取应急措施控制局面

3、危机应对的五步流程

4、危机应对原则与方法

- 危机处理的五个基本原则
- 危机处理的四个基本方法

案例：奔驰、某国企高管贪腐案件应对处置

5、确定统一的对外口径

6、媒体采访应对技巧

7、利用自有品牌阵地发声

案例：某上市公司信批违规应对示例

六、企业危机修复系统怎样建立？

1、公众信息获取的方式变化

- 基于搜索的人找信息
- 封闭平台的信息获取方式

2、已沉淀舆情信息的干预

案例：某互联网品牌的应对实践

3、企业形象的主动修复

案例：某国企形象修复的策略建议，腾讯老干妈事件

4、积极信息的占位和舆情对冲

案例：某品牌的占位优化效果与呈现