

银行声誉风险管理、危机公关及舆情管理

主讲老师：杨立

【课程背景】

银行业作为“万业之母”，又因其与居民日常生活息息相关，并受到监管部门的严格监管，在这样的背景下，来自于银行与各行业的业务问题，用户日常问题，监管问题等，导致了银行舆情的高关注性、泛普遍性和准严肃性，这些特点都极易被当下的网络时代放大并扩散，对银行的品牌声誉造成不良影响。那么，当下时代的银行声誉风险管理、危机公关及舆情管理该从何处着手，以富有实效的方式去积极应对，防患未然。

- 如何充分认知当下的传播环境和舆论环境，在可能的风险爆发前，做好思想准备和行动准备呢？
- 如何借助新的技术和手段，提高舆情应对的基础建设能力，实现快速反应和快速处置呢？
- 如何将银行的舆情应对配置从单点反应上升至全体系应对，不留死角呢？
- 如何通过规范流程，有效应对，从而规避危机的爆发和扩散，维护银行品牌声誉？
- 如何通过实效应对，化危为机，借外部因素带动内在改善，重新塑造银行良好的品牌声誉和形象呢？

杨立老师曾长期为光大银行电子银行部、中信银行零售银行部、农业银行电子银行部、平安银行私人银行等银行机构提供品牌传播管理咨询服务，并先后中国银行河北分行、招商银行郑州、武汉分行、江西银行、交通银行黑龙江分行等提供培训服务，具有丰富的银行也品牌传播与形象管理及培训经验。

本课程即从实战出发，针对当下的舆论环境，以“一防、二控、三修复”的完整闭环，从意识、技术、流程、方法上建立系统性的应对体系，通过案例分析、实战解读、理论提炼，学理与实效并重，解决行业人员在学习实践中面临的“听完理论缺实战，学完实战少体系”的现实困境，依托银行舆情正确应对，实现银行品牌声誉的有效管理，为银行品牌形象建设与维系保驾护航。

【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】 中高层管理人员及各业务负责人

【课程时间】 半天

【课程大纲】

一、网络时代，舆情爆发新特征对行业声誉带来的新影响？

1、日益便捷的社交媒体使舆情爆发新形态

案例：微信群、朋友圈、微博、知乎等导致的危机舆情

2、信息传播的时代变革，决定了当前的舆情爆发现状

- 信息传播的变化过程
- 移动互联网时代新闻推送模式决定危机更易爆发

3、喧嚣与浮躁——时代背景下的媒体环境

二、防患未然，舆情爆发的前置应对要点是什么？

1、意识变革——从事不关己到人人有责

- 全员应对的意识建立
- 高管、银行一线员工带来的潜在风险

2、认知变革——从关系依赖到系统应对

➤ 传统处理模式的路径依赖

➤ 新模式下的体系建立

3、未雨绸缪——建立完善的防范系统

➤ 内部防护体系的建立

➤ 外部防护体系的建立

三、事已至此，如何进行危机应对的实战与管控？

1、危机舆情的界定与分类

2、银行业常见危机风险预判与案例分析

分析：银行常见舆情风险：经营类风险、用户服务类风险、监管类风险

3、闭环五步——危机应对的基本流程

4、“5+4”危机应对基本原则与方法

➤ 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

四、攘外安内，如何做好媒体及外部采访应对？

1、内部口径统一机制的确定

2、媒体及外部采访的应对的基本原则

3、管控银行自有品牌舆论阵地

4、避免内部应对不当导致的二次发酵

案例：某上市公司信批违规应对示例

五、危中有机，如何在后危机时期进行舆情管理？

1、非实时信息的用户获取途径

➤ 从信息找人到人找信息的变化

2、网络舆情的优化与沉降

案例：某互联网品牌的应对实践