

企业舆情危机事件预防及应对方法

主讲老师：杨立

【课程背景】

企业危机的爆发，往往源自内部“小问题”的不经意，千里之堤毁于蚁穴的古训，对于企业面对当下危机，更具有现实意义。所谓凡事预则立，不预则废，对于企业而言，内部危机的前置防范是规避风险的最优选择，一方面降低危机爆发的风险，一方面提升危机应对的能力，从容面对，防患未然。

- 如何条分缕析清晰企业所面临的危机类型，并提前防范？
- 如何建立流程规范、责任明晰、遇事不惊、从容应对的危机管理机制？
- 如何建立企业预防突发事件的日常管理措施？
- 如何做好媒体、合作伙伴、金融机构等多渠道的沟通管控？
- 如何规避企业移动互联网时代下风险高频爆发的可能性？

本课程即从实战出发，针对企业内部危机事件的预防实际，建立完整的管理体系，从组织构成，风险点预判，日常措施，应对口径、规则、标准，社交媒体使用等实际应用场景出发，分解风险类型，提出针对性应对方向，实战媒体沟通应对方法和技巧，帮助学员完全从企业实务出发，从应用实践出发，从结果实效出发，建立完整的方法论体系和工具库，实现企业品牌声誉的有效管理，为企业品牌形象建设与维系保驾护航。

【课程收益】

- 了解企业内部危机风险的主要类别
- 掌握企业内部危机风险分类的方法
- 了解企业内部危机管控的规范程序
- 掌握企业内部危机管理组织建立方法
- 掌握危机背景下媒体应对的方法和技巧
- 掌握企业内部危机防范的全套规范和标准

【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、为什么企业需要做好内部危机管理体系？

- 1、公共危机应对不当带来的企业品牌伤害
- 2、危机应对不当带来的二次风险爆发

二、如何划分企业内部危机类型？

- 1、服务及管理类风险
- 2、企业人事变动类风险
- 3、行业事件类风险
- 4、资本市场类风险
- 5、外部言论类风险
- 6、公司管理层及员工个人社交行为类风险
- 7、公司一线员工业务应对不当类风险

8、其他类型风险

案例：盒马鲜生、美团、视觉中国等

三、如何建立企业内部突发事件管理机制？

1、突发事件管理小组的成员构成

2、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类危机下的小组成员构成与职责
- B类危机下的小组成员构成与职责

3、突发事件处理的总体流程

4、突发事件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

四、如何建立企业预防突发事件的日常管理措施？

1、内部服务和管理模块的拆分和应对流程设定

2、人事变动的内部信息同步和前置准备

3、行业性事件的司法防范

4、外部言论影响的维护

5、社交言论风险的防范

五、如何应对外部沟通诉求？

1、潜在的外部沟通对象

2、媒体与非媒体类沟通分类

3、对外沟通的总体原则

4、对外沟通的可能出口分类

5、媒体正常采访应对

- 媒体沟通的基本原则
- 媒体应对的标准化流程
- 媒体应对的话术规范
- 媒体应对的禁忌用语
- 对外声明的规范写作

六、如何防范社交媒体的使用风险？

1、影响力社交媒体介绍

2、社交媒体风险行为设定

- 主动发布类风类
- 不当关注、评论及转发
- 案例：携程、阿里、小米等

3、高管及员工社交媒体使用规范

4、官方及高管、员工身份认证社交媒体发布的 11 条内容原则

5、非身份认证个人社交媒体发布的 6 条原则