

《危机管理与公关素养》

(1天)

课程对象：

✚ 公司高层、中层、基层员工；

课程目标：

- ✚ 建立危机意识；
- ✚ 了解危机管理的关键在于预见；
- ✚ 掌握危机管理的内涵与应对流程；
- ✚ 掌握危机的可能来源；
- ✚ 掌握危机的应对原则；
- ✚ 掌握危机中媒体应对方法；
- ✚ 如何有效避免媒体的放大效应；

课程大纲：

预见——反应

第一部分 预见

一、危机意识

- 1.时代广场的国债计数器
- 2.企业的十三种“死法”
- 3.危机意识：
天津大海食品有限公司
- 4.危机的两个定律
- 5.危机的4个共性特征
- 6.与危机比速度

第二部分 反应

一、危机的具体来源

- 消费者习惯；
- 领导危机；

- 劳资纠纷；
- 假冒伪劣；
- 产品问题；
- 财务丑闻；
- 客户纠纷；
- 恶性竞争；
- 环境污染；
- 社会危机。

二、危机的传播管理

- 1.危机应对原则
- 2.达成双赢模式
- 3.3T 原则
- 4.4 个度
- 5.三大议题最为重要
- 6.危机处理流程
- 7.危机应对 5 大忌
- 8.危机公关 5S 原则

三、媒体应对与公关

- 1.认识媒体
- 2.如何主动
- 3.危机传播面对媒体“忌讳”
- 4.媒体应对要点