

公共关系与危机管理

主讲老师：马龙照

【课程收益】

- 1、理解危机本质，掌握全网舆论传播的基本规律；
- 2、掌握危机类型识别的四大情境模型；
- 3、掌握舆论危机应对的四大关键步骤；
- 4、提升声明撰写、危机回应、媒体沟通的实用技能。

一、什么是公共关系？

- 1、 公共关系的发展历程与现状特征
- 2、 公关在企业中的作用到底为何？
- 3、 什么才是企业的公关对象？

案例分析：

- 1、 疫情期间的政府公关
- 2、 老乡鸡的品牌借势

二、什么是舆论传播？

- 1、 新媒体时代的困惑与变化
- 2、 自媒体时代传播属性的特征
- 3、 舆论研判的四个维度
- 4、 舆论传播的一般规律如何把握？

案例分析：

- 1、 顺丰速运快递小哥被打事件，企业创始人的发声为何能引发全网称赞？
- 2、 贵州某国有银行职员被打事件，为何需要软处理？
- 3、 工商银行网络应对中的技巧有哪些？
- 4、 拼多多员工猝死事件有哪些启示
- 5、 “茅台院士”的舆论发酵带来什么样的冲击？

三、什么是危机公关？

1、为什么说没有传开的危机，都不叫危机？

- 舆论传播与危机管理的关系？
- 企业的危机防火墙有哪些？

案例分析：山东步长制药董事长女儿名校留学事件，一篇声明，愈演愈烈。

2、企业为何要做危机管理？

- 管理学减法：100-1=0
- 个体事件转向公共事件
- 危机认知三无现象
- 危机发生的三大规律

案例分析：成都温江区实验中学食堂卫生问题引发群体性事件，承包企业有口难辩。

3、危机管理包含哪些内容？

- 危机的认知？—危机的本质是为何？
- 危机的特点？—如何防止主生危机引发次生危机？
- 危机的分类？—常见的 20 种危机信号
- 危机公关的目的？—为什么说是争取而非争辩？

案例分析：海底捞面对媒体曝光，是如何回应的？危机面前为何能获公众好评？

4、危机预防机制建立与公关原则

- 危机预防手册制定的“123 要素”
- 危机响应级别与标准问题列表
- 新闻发言人制度
- 领导人相关、业务相关媒体常规回应标准
- 危机公关 5S 原则
- 危机公关切割理论

案例分析：腾讯媒体公关内部管理

❖ 课堂互动：

尝试列出你企业里潜在的危机风险，你的应对方式有哪些？

四、如何做到有效的媒体沟通？

- 1、媒体沟通中的六个任务
- 2、媒体沟通中的七大要素
- 3、媒体声明中的“四要素与四原则”
- 4、领导人面对媒体时的语言体系
- 5、新闻发言人是什么人？

案例分析：

- 1、联想爱国事件
- 2、华为孟晚舟事件的媒体沟通
- 3、淘宝商城事件中的新闻发布
- 4、达芬奇家居的公关误区

❖ 课堂练习：

针对网上报道的负面信息，写一篇企业声明。

【课程特色】

案例分析、情景演练、短片播放、互动性强、新闻事件引入、深入浅出、逻辑性强

【授课对象】

机关事业单位领导干部、新闻宣传中心、企业中高层领导等

【课程时长】3-6 小时（半天-1 天）