

金融行业声誉风险防范与管理

主讲老师：马龙照

【课程收益】

- 1、解读《银行保险机构声誉风险管理办法（试行）》，掌握核心内容；
- 2、理解危机本质，掌握全网舆论传播的基本规律；
- 3、激活“危机意识，公关思维”的全员管理理念；
- 4、掌握危机回应的4大情境模型；
- 5、了解危机应对妥处的10大公关策略；
- 6、提升声明撰写、危机回应、媒体沟通的实用技巧。

【课程大纲】

第一部分、解读《银行保险机构声誉风险管理办法（试行）》

- 1、《办法》制定的背景情况
- 2、《办法》适用对象及主体责任
- 3、《办法》对于问责处罚的规定
- 4、如何理解《办法》的基本原则
- 5、关于金融消费者合法权益的保护

第二部分、金融行业声誉危机的有效识别

- 1、什么是声誉危机？
- 2、银行保险业声誉危机的特点有哪些？
- 3、危机情境识别及预警信号分析
- 4、危机的四个效应：涟漪效应、蝴蝶效应、破窗效应、多米诺骨牌效应
- 5、为什么要对危机进行管理与公关？

案例分析：

- 中国银行贵阳支行柜台员工被打事件的处置
- 某商业银行储户大厅内倒地死亡的危机事件处置
- 中信银行被公众人物在自媒体举报后的危机处理

第三部分、金融行业如何适应新舆论环境，掌握有效公关策略？

- 1、如何把握舆论传播的基本规律，做到心中有数？
- 2、如何分析舆论传播的四个维度，做到准确研判？

- 3、 如何防止个体事件向公共事件转化？
- 4、 如何防止主生危机引发的次生危机？
- 5、 危机公关的十大策略简析

案例分析：

- 伊川农商银行遭挤兑事件
- 安徽安庆农业银行储户刘学仁事件
- 济南农商行“彭博事件”
- 中国人寿嫩江支行前员工实名举报事件

第四部分、金融行业舆情管理与品牌声誉风险防控

- 1、 舆情管理与处置中的五大误区
- 2、 舆情监测与处置的四大步骤
- 3、 舆情应对基本原则与方法
- 4、 声明回应的基本要素与原则
- 5、 自媒体环境下的品牌声誉塑造

案例：

- 工商银行西安营业网点被网络大V误传的高效应对方式
- 国资委应对负面舆论，一次回应上两次热搜，获全网点赞
- 华为公司在孟晚舟事件当中的回应措词

现场演练：

【情境模拟】网上自媒体出现的负面舆情信息，经查明情况属实，但核心责任不属于银行一方。针对这一情况，上级要求在20分钟内起草一篇对外声明。

你们小组作为直接负责人，做现场起草！

【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】

银行保险系统、地方政府网信办、网安单位、机关事业单位、新闻宣传中心、高校等

【课程时间】

3-12 小时（半天-2 天）
