

# 金融行业声誉风险防范与应急模拟演练

主讲人：马龙照老师

## 【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。
  - 7、 突发事件应急演练
- 
- 

## 【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：

- 1、 中国银行贵阳支行柜台员工被打事件的处置
- 2、 某商业银行储户大厅内倒地死亡的危机事件处置
- 3、 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：

- 1、 伊川农商银行遭挤兑事件
- 2、 安徽安庆农业银行储户刘学仁事件
- 3、 济南农商行“彭博事件”
- 4、 中国人寿嫩江支行前员工实名举报事件
- 5、 郑州“7·20”大水，保险行业的应急反应、形象维护

#### 第四部分、金融行业突发事件场景演练

##### 场景一：如何接待记者

演练提升：态度配合、沟通顺畅

模拟内容：5月X日，《今日晚报》记者到Z银行H支行采访，说明昨天有一位七旬老人通过热线的形式向报社反映，H支行大厅拖地后未干且未放置警示牌，导致其摔了一跤，幸好保安及时搀扶没有受伤。希望报社能报道。记者前来采访，了解具体情况。

##### 场景二：如何同时接待客户和记者

演练提升：熟悉流程、统一口径、态度配合、沟通顺畅

模拟内容：8月X日，Z银行J支行一名客户王女士携河南电视台《都市报道》记者到支行，反映其父亲在网点办理业务时，因银行员工态度恶劣导致其突发疾病倒地。目前已脱离危险，在家中静养，带媒体来讨个说法。

据了解，客户在病发前因业务问题向我行柜台人员咨询，因沟通有误言语激动，我行人员全程依规操作、态度平和，未发现有肢体解除或安全事故。我行事后已向该女士做了详尽解释，但对方仍不依不饶。

##### 场景三：群体事件现场采访

演练提升：统一口径、互相配合、沟通顺畅、完成采访

模拟内容：5月11日，大批维权投资者身着统一服装，聚集在A银行B支行四个小时。据报道，他们是购买了XX私募基金产品，部分产品到期未拿到本息，集团旗下多家公司出现产品陆续违约、无法兑付现象。

5月16日一早，涉事的20多名客户与家人就聚集在银行门口前，要求银行必须给个明确的说法，并阻止前来办理业务的其他客户进出银行。

一些媒体记者在收到新闻线索后，赶到了事发银行门口，希望对银行的工作人员进行采访。

---

---

## 第五部分、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：

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

## 第六部分、突发舆情事件的处理原则和注意事项

- 1、 舆情危机处置的“三度”原则
- 2、 事实真相与公众认知的背离问题
- 3、 沟通对象错位问题
- 4、 突发事件当中的统一口径问题

---

### 【课程特色】

案例分析、脑力激荡、情景演练、短片播放、互动性强、贴近实际、深入浅出、逻辑性强

【培训时长】 3-12 小时（半天-两天）

---