

新媒体时代房企危机公关、舆情管理与客户维权花样及群诉应对策略

◆ 课程背景：

当下，政府职能部门对房地产行业监管力度加大，政策调控增多并升级；新媒体越来越发达，整个社会的透明度增加，加上媒体频频报道致使行业聚焦性强甚至形象受到影响；公众客户维权意识渐强，维权手段和方式多样，维权投诉呈现组织化与串联化，即群诉化趋势；同时房地产行业自身从拿地、项目立项、规划设计、招标定标、建筑施工、营销到后期的物业管理，由于运作的时间长、跨度大、关联方多、涉及面广，所以整个运作过程出现危机的概率相当之高，再加上一些地产项目遇到房产质量与维修的投诉以及出现安全生产经营事故……这些都促使地产企业的危机、舆情、维权与投诉大量出现，课程正是基于这些背景，房地产企业的危机管理人员有必要全新认识当下的危机、舆情、维权与投诉，重要的是掌握危机与舆情以及维权投诉的管理之道和实操之术，并在实际操作与实践应用中有效落地。

◆ 课程收益：

- 1、理解危机、了解危机发生的原因以及舆情信息传播特点，提升危机意识；
- 2、掌握危机发生后处理的基本要求、原则、流程、方法及关键点；
- 3、建立战略性媒体关系以及学会与媒体及记者打交道；
- 4、建立网络舆情管控的体系，学会应对网络舆情的具体方法；
- 5、洞察客户维权花样，运用相应的群诉应对策略；

5、全程以房地产企业案例展开讲解互动，针对性、实用性强。

◆ **课程对象：**

房地产董事长、总经理、中高层管理人员、新闻发言人、公关经理等。

◆ **课程大纲：**

第一讲 . 房地产企业的自身危机来源与舆情的分析

1. 洞察房地产企业危机与媒体舆情

- (1) 政府监管严政策调控多
- (2) 媒体频曝光行业形象损
- (3) 社会透明度高聚焦性强
- (4) 客户维权意识强方式多
- (5) 宣传与交付不一致矛盾
- (6) 房产质量与维修的投诉
- (7) 关联方带来危机与舆情
- (8) 安全生产经营事故多发

2 . 房地产企业容易遇到的危机类型

(1) 企业外部危机：政策形势、互联网、市场、品牌、公众、客户、媒体.....

(2) 企业内部危机：资本、管理、人力资源、投融资、运营、产品、安全.....

3 . 企业危机与舆情的演变周期

- (1) 潜伏期的预防与预警
- (2) 爆发期的应急与公关

(3) 处理期的应对与行动

(4) 恢复期的总结与管理

4. 当前整体的危机与舆情环境分析

(1) 政治、经济

(2) 社会、自然

(3) 企业、个人

选择以下部分危机、舆情、维权投诉案例分析：

17家房企请求政府打击“恶意维权”

万科倡导“节衣缩食”打造“战时氛围”

恒大危机

华润置地多个项目出现危机与舆情

武汉绿地国际理想城：精装修变惊装修！

精装房交付时容易产生的客诉的问题

项目受疫情影响导致交付延期

房子交付时宣传与交付不一致，货不对版

某房产项目车位销售群诉

政策调控，如商改住产品交易受限或导致购房无法落户引发维权

房产价格下跌，老业主到房产售楼处吵闹、威胁，甚至打砸售楼处，伤害到了售楼处工作人员，政府出面与警察介入平息事态

某房产企业相关审批手续没完成就开工的危机事件

某房产企业变相锁定客户资金被查

政府限价政策产生的维权事件

传统媒体与网络媒体对房企的批评、指责、曝光

某房产将办公用房包装成公寓楼盘出售给购房者，引发维权

业主聚集售楼处维权，指责某房产企业虚假宣传、虚假承诺

某房产企业调整售价，遭遇老业主到售楼处吵闹、威胁甚至打砸，

业主认为房企在销售措辞、宣传、承诺上与交付时不一致

交房前业主认为捂盘惜售、内部控房、不透明售房、强制交房进而发生群体聚众事件，或因政策、天气、合同违约等原因，没按时交房引发的投诉

交房时因为精装质量、材料品牌、地板、管道、划痕、缝隙、裂缝、渗漏、空鼓、脱落、配套、通道、车位、绿化、采光、健身、配电房、高压线、垃圾屋等产生的维权投诉

关联方如业主、职业房闹、钉子户、物业、施工方、农民工等带来的危机

某房产企业遭遇农民工聚集要钱

某房产施工单位安全事故

第二讲．网络时代企业危机与媒体舆情特性及对策

1．网络时代危机与舆情效应

(1) 放大效应

(2) 扩散效应

(3) 连锁效应

2．危机与舆情的信息源分析

(1) 宁可信其有

(2) 主观判断性

(3) 所谓的真相

3 . 危机与舆情被聚焦的原因

- (1) 共鸣同理心强
- (2) 感同身受度高
- (3) 比例偏见效应

4 . 危机与舆情管理需要媒商

- (1) 说话做事合身份
- (2) 身边都是媒体人

5 . 防范新危机与舆情信息源

- (1) 传播的抛物线规律
- (2) 防范再次放大扩散

选择以下部分危机、舆情、维权投诉案例分析：

河南一地产企业借着大暴雨做广告，引发众怒！

某房产企业遭遇网络传言导致股价暴跌、债券跳水

某房产企业给房闹退款事件

某房产企业被媒体曝光“人为操作摇号”

某房产企业陷入破产传闻舆情漩涡

某房产企业“公园”变成“墓地”遭业主维权

第三讲 . 房地产企业危机公关与舆情管理的具体要求

- 1 . 关心政策，积极配合主管部门
- 2 . 统一口径，策略应对媒体质疑
- 3 . 诚心沟通，尽力赢得各方理解

4. 低调处理，暂避对抗雪上加霜

选择以下部分危机、舆情、维权投诉案例分析：

房产企业与职能部门的沟通协调解决问题

业主聚集、砸毁售楼、封堵主干道维权事件

买的是 33 层，建好只有 31 层！业主投诉

业主关于“腰线”的投诉维权

某房产企业因为房屋价差，遭遇老业主到售楼处

某房产企业面临业主投诉、售楼处现场聚集维权+自媒体维权

第四讲．房地产企业危机公关与舆情管理的实操内容

1．房地产企业危机公关与舆情管理的六项实务

- (1) 危机与舆情信息的获取传递
- (2) 危机与舆情处理机构的建立
- (3) 危机与舆情事态的初步控制
- (4) 危机与舆情事件的全面评估
- (5) 危机与舆情管理计划的制订
- (6) 危机与舆情管理计划的实施

2．房地产企业危机公关与舆情管理的四个原则

- (1) 速度要快原则
- (2) 真诚沟通原则
- (3) 主动承担原则
- (4) 系统运作原则

3. 房地产企业危机公关与舆情管理的两个准则

- (1) 说正确的话
- (2) 做正确的事

4. 房地产企业危机公关与舆情管理中五大背景

- (1) 政府背景
- (2) 社会背景
- (3) 文化背景
- (4) 媒体背景
- (5) 心理背景

选择以下部分危机、舆情、维权投诉案例分析：

某房产企业毒地板事件。

某房产企业保修期间淋浴房玻璃自爆事件

某房产企业业绩会变维权会

房产精装修项目质量问题引发的交房和 315 曝光引发的网络舆情危机

某房产企业遭遇地产建筑竹签门

某房产企业“捐款门”事件

某房产企业遭遇政府房地产违法销售大检查

关联方故意制造安全隐患达到恶意讨薪

第五讲 . 房地产企业危机公关与舆情管理的应用实战

——企业与政府的关系管理

1. 企业处理好与政府关系的重要性

2. 企业要关注主管部门的两个心态
3. 呼吁各主管部门放管服应该到位
4. 企业发生危机时应积极政府公关

选择以下部分危机、舆情、维权投诉案例分析：

业主投诉带来的监管处罚与舆情

某房产按政策文件要求供暖却投诉

某房产精装修交付案引发的官司

业主极端维权

第六讲 . 房地产企业危机公关与舆情管理的应用实战

——企业与媒体的关系管理

1. 企业要重视全媒体
2. 企业像了解客户一样去了解所有媒体
3. 企业有“鸵鸟思维”行吗
4. 企业如何主动建立与媒体的良好关系
5. 企业正确对待曝光报道
6. 媒体应对与舆情管理的预案
7. 传统媒体的面对面
8. 网络媒体的舆情管理
9. 企业回应传统媒体和网络媒体的内容
10. 企业与媒体从合作走向双赢

选择以下部分危机、舆情、维权投诉案例分析：

精装修还是“惊”装修的舆情

某小区西侧外立面的墙皮被大风吹落，从高空坠落在了楼下的幼儿园里。

某房地产企业项目发生工地坍塌事故。

第七讲·房地产企业危机公关与舆情管理的应用实战

——企业与公众、客户的关系管理

1. 强化客户研究与管理，防范危机与舆情
2. 建立客户管理的机制与文化
3. 企业危机发生时，公众客户最关心什么
4. 网络背景下公众客户组织化、串联化趋势渐强
5. 公众客户维权意识增强并且方式方法多样
6. 业主维权投诉背后的驱动因素
7. 企业危机发生时，公众客户沟通四建议
8. 企业如何应对投诉与维权，特别是群诉

选择以下部分危机、舆情、维权投诉案例分析：

某房产办公用房包装成公寓楼盘，出售给购房者

某小区被举报有营销人员倒卖房号问题

业主因对贷款利率有异议而维权

某房地产企业虚假宣传遭业主集体维权：名校变村小

业主聚众打砸楼盘和上访维权等群体性事件

某小区儿童活动室柜子突然向前倒下，21个月大宝宝被砸

某房产洗手池仅巴掌大，业主收房后网络吐槽

某房产企业风雨连廊舆情危机

某房产企业捆绑销售遭业主投诉

第八讲·掌握可操作的房地产企业危机公关与舆情管理方案

1. 企业成立危机公关与舆情管理小组
2. 企业对内加强各层级人员之间协调
3. 企业对外展开各个关联方之间沟通
4. 企业引进权威介入危机与舆情管理
5. 总结复盘并形成危机公关制度体系

附加·企业危机公关、舆情管理与客户维权投诉应对的实操演练

(案例分析、互动研讨)

1. 演练准备：
 - (1) 回顾实操
 - (2) 确定案例
 - (3) 场景设置
 - (4) 模拟分组
 - (5) 角色分配
 - (6) 物品准备
2. 演练实施：
 - (1) 集体讨论
 - (2) 方案成稿
 - (3) 上台演练
 - (4) 分析点评
 - (5) 改进演练
 - (6) 复盘总结

案例分析、互动研讨：

业主向媒体投诉**房地产公司楼盘存在虚假宣传的情况，买房时承诺每个家庭会有学区名额，但实际上孩子们却排不上名，无学可上。说好的精装房，装修质量也低劣不堪，油烟机奇怪轰鸣、水龙头晃荡、电线外露，房屋出现裂缝，

地板出现翘起来的情况、地板不平，卫生间门被马桶卡住，瓷砖空鼓、卫生间的马赛克瓷砖大面积脱落，旁边墙体的围裙，基本是一碰就掉，隔音很差。并指责该楼盘在销售时捆绑停车位高价出售。

业主已去政府职能部门举报，同时在房产商售楼处维权，并在自媒体上喊冤。

据媒体跟踪了解，有业主要求因不是学区房而退房。还有业主去房地产公司拉横幅维权，业主要求派出代表对施工现场进行质量监督和检查，并要求开发商提供所有装修材料的品牌、型号和规格，提供装修材料的采购发票，业主认为如果开发商做不到就退房赔钱。也有业主要求停车位价格过高而要求退钱。

媒体报道说，维权中业主与工作人员发生了肢体冲突，业主拍摄了视频、照片，有业主称受伤要去医院检查。

随即“某房地产报”以《触目惊心！某房产公司业主维权拒收空房与保安发生激烈冲突》为题推波助澜，今日头条等各公共媒体和公众号转发此新闻，造成此事舆论哗然，开发商回应称为防卫！

此事惊动当地政府，政府和警察出面才初步平息了事态！