

旅游景区突发应急与舆情危机处理

课程背景：

疫情结束后，全国处在旅游高旺季状态中，伴随客流量增加，收入提升的同时，各种各样的危机事件也层出不穷出现，让景区一次陷入危机舆论的漩涡。如过将每次应急事件处理好，舆情既可避免；但舆情出现的时候如何将风口降下来，处理好危机也是保护景区的重要途径。

课程收获

1. 了解危机时刻游客心理
2. 掌握常见危机时刻处理方法
3. 掌握处理舆情的方法
4. 学会在危机中沟通
5. 如何在危机中平稳控制舆情的能力

授课对象：一线员工及管理者

授课课时：一天（6小时）

授课方法：讲授法；行动学习；案例分析法、

课程大纲

一、 危机时刻产生原因

景区真实案例解读，发现危机时刻的本质原因

（一） 景区危机时刻分类

1. 自然灾害与事故灾害
2. 公共卫生事件
3. 社会安全事件

（二） 旅游景区危机的特点

1. 广泛性
2. 巨大性
3. 复杂性
4. 特殊性
5. 突发性

(三) 旅游景区危机影响

1. 旅游景区危机的直接影响
2. 旅游景区危机的间接影响

(四) 旅游景区危机的成因

1. 旅游景区危机原因分析
2. 旅游景区危机发送机制
3. 危机分析

二、游客面对危机的心理与行为

从了解客户到读懂客户，有些投诉就可以理解客户心理活动的底层逻辑，处理起来不会被表面形式掩盖。

1. 按照 DISC 性格分析游客类型
2. 不同游客应对危机时刻心理分析
3. 游客面对危机时刻行为分析

三、处理应急情况必备能力与方法

此章节掌握基本应对客户处理方法。

(一)处理危机工作流程

1. 分析责任方情况
2. 及时向上汇报
3. 依据领导指示做后续安排
4. 保护好现场
5. 安抚好游客

(二)现场处理危机沟通技巧

1. 稳定游客情绪

2. 察言观色寻找对方真实需求
3. 如何用肢体语言提升对方信任感
4. 谈判技巧与语言表达逻辑
5. 如何提问寻找对方突破点
6. 如何说服对方接受解决方案

四、 游客网络舆论管理及要点

游客在网络上关注重点在哪里？为什么有的很小的舆情会引爆网络，有的看似很大的舆情却没有扩散呢？

1. 加大宣传和培训力度
2. 发挥主流网络媒体的作用
3. 建立健全制度机制，提升网络舆情危机的化解能力；
4. 构建网络问政新格局；
5. 培养网上“意见领袖”，引导网民自我教育服务是什么

五、 网络舆情管理的具体做法

本章通过文旅行业 2022 年 20 大舆情案例为背景，进行底层逻辑分析，课堂上会让学员参与讨论，给出指导意见和结论，让学员身临其境考虑问题并提供解决方案。

1. 加强日常监测
2. 锁定监测的主要渠道
3. 与舆情内容进行分类
4. 网络舆情的监测周期
5. 舆情阅评工作
6. 敏感问题重点查办
7. 组建网络发言人队伍
8. 寻求意见领袖
9. 加大与网民的沟通

六、 突发事件及危机沟通

危机情况下沟通能力显得尤为重要，每一位员工都要具备临场沟通能力，因此这一章节会以理论结合实际案例，让学员先愤青危机沟通与日常沟通

不同，再进行实战演练，让学员确实掌握危机沟通能力。

1. 五种错误的心理
2. 一位省委组织部长的总结
3. 突发事件处理的十三个关键点
4. 危机沟通的三个策略起点
5. 危机沟通的策略及方法
6. 网络舆情危机处理应避免的陷阱
7. 舆情危机媒体沟通的具体路径