



解构卓越思维和实用文案，快速提升组织力和执行力

课程大纲：

防患未然 临危制变

企业舆情管理与声誉危机应对

(银行版)

王致诚（上海）

◆ 课程背景：

1. 关系之微，危险所在。网络时代，“爆点”难料，“热点”难控，“焦点”难奈。不同利益诉求、媒介的推波助澜都可能将企业推上风口浪尖。舆情体系建立、与媒体周旋、品牌形象维护，已成为企业必须面对的严峻问题。
2. 银行业是利益集中地。任何经营、服务或软硬件上的争议，都可能带来利益纠葛或人际纠纷，行业监管、客户投诉、属地关系、对手厚黑等，诱发危机的不确定性因素很复杂，轻则干扰经营，重则毁灭品牌，绝不能掉以轻心。

◆ 授课对象：

1. 银行中高层管理者，总部职能管理骨干
2. 银行新闻传播、公共关系、行政人事及相关部门人员

◆ 课程目的：通过学习，您将：

1. 认识到舆情与声誉危机管理的极端重要性和重点知识。
2. 能在舆情危机事件中快速进入角色，高效履职，危化为机。
3. 形成舆情敏感度，有效维护所在银行和部门的声誉。

◆ 课时设定：6 课时

◆ 课程内容：

序言：“一句话险毁一家银行”

第一讲 险恶江湖

1. 危机原理：蝴蝶效应

危机的内涵与外延

银行之险：贱卖？排队？惜贷？收费？影子？钱荒？罚款……

案例：XX 银行评级“三连降”惹争议

看待声誉风险的“三种角度”

中小银行：金融机构舆情负面率

2. 新媒体的信息传播模式、效应、问题



新媒体传播趋势：爆点

新媒体：渠道多元各图所需

微时代：危机控制难度剧增

第二讲 公关体系

国企舆情管理“真痛点”

1.危机意识的建立

声誉风险的深层次认知

日常培训与意识培养

2.公关团队的运作

公关团队的构成与责任

领导者的公关素质

3.预警体系的运作

风险预知与风险评估

风险对策研究、确认与转化

4.危机先兆的预测

银行常见危机先兆预测点

经常性的自我问责

5.决策机制的运转

舆情与“三重一大”决策

第三讲 临危应战

1.临危应战五大忌：

封闭视听？鸵鸟政策？敷衍塞责……

临危应战的说话心态

2.临危应战之道：

◆ 事态发展四个阶段

◆ 危机处理四个步骤

◆ 明确问题与危害的四个阶段

◆ 信息化危机公关的要点

案例：华为“XX门”事件处理策略

3.决策者出手之策

案例：XX 银行典型案例



第四讲 媒体应对

1.两个舆论场：网民+媒体

媒体在危机传播中的议题

新媒体运作策略

2.媒体沟通法则

新闻发言人-新闻发布会

是否要自证清白？

3.答记者问技巧：百事通、旁侧敲击、偷换概念……

答记者问的种种谬误

案例精解：XX 事件的一波三折

应对记者与访谈底线和陷阱

案例精解：“XXXX 有点悬”

第五讲 银行之策

1.舆情处理策略：决策者出手之策

案例：XX 城商银行假币事件

应对策略与时机选择

2.舆论规律与财经热点

情绪、委屈与法律、心理、表现

需要争取的力量：意见领袖

3.危机处理的 3C 法则

化危为机的现实举措

案例：三家银行“挤兑事件”处理的对比启示

4.重大舆情事件的定量参考