



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：

驾驭危情 化危为机

——新形势下的企业舆情管理与危机公关实战

上海 王致诚

◆ 课程背景：

1. 关系之危。现代社会“热点”难料、“爆点”难控，信息高速传播，是各种社会关系的调适，热点舆情的个案背后，是不同群体意见表达、利益诉求的寄托、聚焦和发酵，及社会舆论的推波助澜。关系之微，危险所在。

◆ 舆情之伤。一篇新闻报道毁掉一个品牌，在现代社会毫不稀奇。为了维护品牌、维护形象，企业与大众、与媒体、与网络、与对手等各方，动辄剑拔弩张，一不小心就元气大伤，多年来教训深刻。

◆ 应对之困。面对政府严查、新闻报道、网友指责、他人投诉甚至全民声讨，企业要想自澄清白，却往往越澄越黑；用尽心机维护形象，却常常力不从心。**授课对象：**

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

◆ 课程目的：

1. 从管理实践角度，全面掌握危机管理与公共关系知识。
2. 从案例分析入手，把握危机公关的全方位实操技能技巧。
3. 以基业长青为目标，把握重大危机公关关键决策与临危应对招术。
4. 以一流危机管理企业为借鉴，大幅度提升本企业危机公关水平。

◆ **课时设定：**6 课时

◆ 课程内容：

序言

一、新舆情环境下的危机再认知

危机：现代汉语的解释

潜在风险+关键时刻 ¹

解决困局+找到机会

行业危机典型状态（选行业企业案例）



血缘、地缘、业缘和趣缘

悬念：谁，在盯着你？

“互联网+”及自媒体环境

舆情的最新状态与杀伤力

二、危机预警体系建立与应用

中国企业舆情“痛点”

危机预警的现实价值

危机教育组织与内容体系

案例：华为的危机教育

危机意识建立的八个类型

危机管理三重点

日常培训和模拟危机管理

危机预警信号五方面

危机中的领导者素质

案例：国际名企危机预警之道

三、危机临场应战策略与技巧（至少3课时）

1.临危应战常见雷区：

封闭视听？敷衍塞责？辟谣否认……

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：流言四起-微软为什么震怒？

媒体在危机传播中的议题

4.新媒体运作策略

互联网+时代的信息传播特征

媒体沟通“八应”与“八忌”

如何办好新闻发布会



要不要自证清白？

答记者问的技巧：旁侧敲击、偷换概念、幽默搞笑…

应对记者专访的底线和陷阱

四、终极秘诀与行业经验

1.谁喝你的“心灵鸡汤”？

信任？临危？死亡——新常态！

——某著名民企危机管理秘诀

2.拿什么化解“灭顶之灾”？

——某著名外企危机公关策划案

3. 本行业企业公关的专业借鉴

——深解客户所在行业企业的典型案例

4.致诚启示：三大终极技巧