

# 企业微媒体舆论引导策略及方法

**【课程时间】**：半天（3小时）/一天（6小时）

**【培训导师】**：危机管理专家朱文川博士

**【课程大纲】**：

## 第一篇，企业微媒体舆论事件

- 1、微媒体舆论事件的形成
- 2、微媒体舆论事件的特点
- 3、微媒体舆论事件的规律
- 4、微媒体舆论事件的处置原则

## 第二篇，企业微媒体舆论引导策略

- 1、忠于事实，一切从实际出发
- 2、第一时间，抢占舆论先机
- 3、网来网去，关注网络舆情善于因势利导
- 4、公开透明，赢得民众更多支持
- 5、开诚布公，杜绝“一言堂”
- 6、意见统一，避免多头传播
- 7、留有余地，说话办事不走极端
- 8、借助外力，凭借第三方陈述赢得信任
- 9、人文关怀，以人情味减缓危机
- 10、掌握主动，不要落入问题陷阱

## 第三篇，企业微媒体舆论引导方法

- 1、企业应以积极心态对待微媒体
- 2、企业在媒体危机应对上的一些错误认识和做法
- 3、做好微媒体内容发布，增强社会影响力
- 4、制订微媒体舆论事件媒体应急预案，提高正向引导力
- 5、聘请微媒体危机公关顾问，提高危机处理能力
- 6、做好新闻发布，化解微媒体危机
- 7、完善包括微媒体在内的网络发言人机制，和网民无障碍对话
- 8、建立“三位一体”的企业微媒体，提高微媒体利用效率
- 9、完善网络舆论管理制度，进行有害信息专项引导
- 10、建立网络评论员队伍，深入网民中去引导网民舆论

## 第四篇，企业微媒体危机公关

- 1、危机处理的五种错误心理
- 2、一位省委宣传部长的总结
- 3、危机处理的两个核心问题
- 4、危机处理的两个维度

- 5、危机沟通的三大原则
- 6、危机处理的五个步骤
- 7、危机出现的几个关键点
- 8、关键时刻的正确反应及操作要点
- 9、企业危机利益相关者的重要性排序
- 10、公众对危机信源的可信性评估
- 11、危机处理中的隔离策略