

突发事件应对中的媒体公关策略

【培训对象】：

- 1.董事长、总裁及其它董事会成员
- 2.总经理或副总经理等高管
- 3.首席危机官（危机管理小组组长）
- 4.公关部经理
- 5.新闻发言人
- 6.其它中高层管理人员

【课程时间】：1天

【培训导师】：危机管理专家朱文川博士

【课程大纲】：

一、突发事件应对中媒体的重要性

- 1、何谓企业突发事件
- 2、应对时的错误将会付出惨重代价
- 3、对媒体说的每一句话都有可能成为诉讼词
- 4、一个记者的背后有成千上万的读者
- 5、仅仅“守法了”不足以应对媒体
- 6、媒体策略是企业高层的管理战略
- 7、战略性媒体关系的建立
 - (1) 给记者分类，培养核心记者圈
 - (2) 保持日常信息供给
 - (3) 让记者成为行业专家
 - (4) 及时反馈
 - (5) 做好媒体上层工作

二、媒体应对的基础知识

- 1、掌握基础的应对方法
- 2、何谓媒体
- 3、媒体的多重属性
- 4、媒体的采访活动
- 5、确定宣传负责人
- 6、无故拒绝财富，将会产生不良影响
- 7、经理与宣传负责人二人三脚
- 8、确认采访要求
- 9、辨别小道记者的方法
- 10、受访的前期准备

- 11、采访开始前需要核查的事项
- 12、采访进行中的注意事项

三、突发事件媒体应对常见的二十一个问题

- 1、向高层领导汇报的速度
- 2、记者必定要问的问题
- 3、编写事件说明书
- 4、确定向媒体发布的方法要点
- 5、人命关天的事件应迅速发表
- 6、企业是受害者时，向媒体公布信息也应慎重
- 7、顾客信息数据泄漏该如何处理
- 8、谨慎对待独家专访
- 9、预先估计记者可能提出的问题
- 10、问题焦点
- 11、充分利用公司网站
- 12、登载评论
- 13、信息不足时
- 14、信息发布并非一劳永逸
- 15、特殊信息
- 16、明确记者性质
- 17、突发事件记者最关心的问题是什么？
- 18、做好拍摄记录
- 19、员工如何应对采访
- 20、激怒媒体的语言
- 21、紧急记者招待会的召开方法

四、突发事件媒体应对的技巧

- 1、外表 55%、声音 38%、语言 7%

给人好感

产生好感的五个要素

良好的姿势

能让人产生好感的动作

表情三要素：眼睛、嘴、额头

眼睛与认知类型

稳定视线的方法

手与脚的小动作

声音沉稳的重要性

肢体语言要符合当时的心理

注意仪表

接受电视采访时的注意事项

- 2、发表评论的技巧

用自己的话来发表

不要中了记者的圈套：常见的十个圈套

遇到难以回答的问题，转移话题
套话胜于缄默
问题正中要害时，需谦虚接受
充分利用事物的两面性
掌握谈话的主导权
预测性问题的处理方法
二选一问题的回答方法
对方强行给出结论该如何回答
纠正有错误的问题
诱导式问题的应对
如何应对提问时的压力
最坏的情况
发现自己的发言有错误时该怎么办
应对媒体时忌讳的语言
暧昧的表达
处理与主题无关的问题

五、现场练习及演练

练习一：平面媒体采访——全体学员

- 模拟平面媒体采访，包括采访准备、采访过程及讲师点评

练习二：电视媒体采访——全体学员

- 模拟电视媒体采访，包括采访准备、采访过程及讲师点评

练习三：模拟新闻发布会——全体学员（分2-3组进行）

- 模拟新闻发布会，包括短时间的准备，记者招待会及讲师点评

练习四：突发事件应对策略演练——全体学员（分2-3组进行）

- 考察学员在具体突发事件下的反应，包括策略的制定，团队的任务分配及讲师点评