

《危机公关管理及舆情管控-短剧公司》

主讲：谢桦老师

【课程背景】

在当今信息高度发达的时代，企业面临的危机和舆情挑战日益严峻。对于短剧公司这样的新媒体平台，其在内容传播、用户服务、市场竞争等方面可能随时遭遇各种危机事件和负面舆情。一旦处理不当，不仅会损害企业的品牌形象和声誉，还可能导致用户流失、业务受挫。

短剧公司所处的视频行业竞争激烈，用户需求多样且变化迅速。一个小小的失误或负面事件，可能在短时间内通过社交媒体、新闻媒体等渠道迅速扩散，引发广泛的关注和讨论。例如，内容版权纠纷、服务故障、用户投诉等问题都可能演变为危机。因此，掌握有效的危机公关管理和舆情管控策略，对于短剧公司来说至关重要。

本课程将深入探讨危机公关的理论与实践，结合丰富的实际案例，为短剧公司提供全面、系统的危机应对方法和舆情管理技巧，帮助其在复杂多变的市场环境中保持良好的形象和声誉。

【课程收益】

- 1、掌握危机公关的基本原则和策略，提升应对危机的能力。
- 2、学会舆情监测和分析的方法，及时发现潜在的危机风险。
- 3、了解危机处理的流程和技巧，有效化解危机事件的负面影响。
- 4、通过案例分析，汲取经验教训，优化短剧公司的危机管理体系。

【课程特色】

易学易懂，强互动，风趣幽默，实战案例多，干货没有废话，理论与实践结合，案例丰富，互动性强，注重启发思考

【课程对象】

短剧公司的管理层、公关团队、客服人员、市场推广人员

【课程时间】

1天（6小时/天）

【课程大纲】

一、危机公关基础理论

1、9:00 - 9:30 危机公关的概念与重要性

- (1) 解释危机公关的定义和内涵。
- (2) 强调危机公关对企业生存和发展的关键作用。

成功案例分析：以海底捞“老鼠门”事件为例，分析其迅速、诚恳的危机公关回应如何挽回消费者信任。

2、9:30 - 10:30 危机公关的原则与策略

(1) 阐述危机公关的 5S 原则：承担责任原则、真诚沟通原则、速度第一原则、系统运行原则、权威证实原则。

(2) 讲解危机公关的常见策略，如危机预防、危机应对、危机恢复等。

成功案例分析：星巴克在“种族歧视”危机事件中，遵循危机公关原则，采取公开道歉、员工培训等措施，重塑品牌形象。

10:30 - 10:45 休息

3、10:45 - 11:30 危机公关的团队建设与资源准备

- (1) 探讨危机公关团队的构成和职责分工。

(2) 分析危机公关所需的资源，如资金、技术、媒体关系等。

成功案例分析：可口可乐在处理产品质量危机时，其高效协同的危机公关团队如何迅速行动，稳定市场信心。

4、11:30 - 12:00 短剧公司的危机公关现状与问题分析

(1) 分析短剧公司过往所面临的危机事件，如内容违规、技术故障、版权纠纷等，以及当时的处理方式和效果。

(2) 探讨短剧公司在危机预防机制方面的建设情况，包括风险评估、预案制定等。

(3) 研究短剧公司在危机应对过程中的沟通策略，如信息发布的及时性、准确性和透明度。

(4) 分析短剧公司在危机处理后的形象恢复和品牌重建工作，评估其效果和可持续性。

成功案例分析：短剧公司在某次大型赛事直播中出现画面卡顿问题，其及时发布道歉声明、解释原因并给出补偿措施，一定程度上缓解了用户的不满。但在后续的技术改进和用户沟通方面仍有待加强。

失败案例分析：短剧公司某部独播剧因剪辑问题引发观众吐槽，但其初期回应不够及时和诚恳，导致舆论进一步发酵，对该剧的口碑和平台形象造成了一定的负面影响。

12:00 - 14:00 午休

二、舆情管控策略

1、14:00 - 14:45 舆情监测与预警机制

(1) 介绍舆情监测的工具和方法。

(2) 讲解如何建立有效的舆情预警机制。

成功案例分析：拼多多通过舆情监测及时发现“砍价活动争议”舆情，迅速调整策略并发布声明。

2、14:45 - 15:30 舆情分析与应对策略

(1) 分析舆情的类型、趋势和影响。

(2) 探讨针对不同舆情的应对策略。

成功案例分析：京东在“假货风波”舆情中，通过深入分析舆情，采取严厉的打假措施和透明的信息披露，化解危机。

15:30 - 15:45 休息

3、15:45 - 16:30 社交媒体时代的舆情特点与应对

(1) 研究社交媒体对舆情传播的影响。

(2) 讲解在社交媒体环境下的舆情应对技巧。

成功案例分析：特斯拉在社交媒体上面对“刹车失灵”舆情时的应对策略和效果评估。

4、16:30 - 17:15 短剧公司的舆情管控案例分析

(1) 分析短剧公司过往成功的舆情管控案例，总结经验。

如在某部热门剧的提前剧透舆情中，短剧公司迅速采取措施，与相关方沟通并发布权威声明，有效遏制了舆情的扩散。

分析在用户对会员权益调整的不满舆情中，短剧公司如何通过积极倾听用户声音、及时调整策略并加强沟通，化解了危机。

(2) 探讨短剧公司在舆情管控方面存在的不足和改进方向。

例如在某综艺节目的嘉宾争议舆情中，短剧公司的回应不够及时，导致舆情持续升温。

分析在部分技术问题引发的负面舆情中，短剧公司在解释原因和提供解决方案方面的不足。

5、17:15 - 18:00 总结与展望

(1) 回顾全天课程的重点内容，包括危机公关的原则、策略、舆情管控的方法，以及短剧公司的案例分析。

(2) 强调危机公关和舆情管控在企业发展中的持续重要性，鼓励学员将所学知识运用到实际工作中。

(3) 对短剧公司未来在危机公关和舆情管控方面提出建议和期望，如建立更完善的危机管理体系、加强团队培训、提升应对速度和效果等。

(4) 鼓励学员在日常工作中保持敏锐的舆情意识，不断积累经验，为短剧公司的良好形象和声誉保驾护航。

希望本课程能够为短剧公司提供切实有效的危机公关和舆情管控指导，助力其稳健发展！