

基层干部危机管理，提升突发事件中的舆情防控能力

主讲老师：马龙照

【课程收益】

- 1、理解危机本质，掌握全网舆论传播的基本规律；
- 2、激活“危机意识，公关思维”的全员管理理念；
- 3、掌握危机识别的4大基本情境；
- 4、掌握危机应对妥处的10大基本策略；
- 5、学会危机识别的6大关键步骤；
- 6、提升声明撰写、危机回应、媒体沟通的实用技能。

【课程大纲】

一、为什么很多企业和个人会爆发后果严重的危机？

- 无感-没有危机意识
- 无知-没有应对方法
- 无畏-没有正确的防控理念

案例分析：拼多多员工猝死事件、演员翟天临事件、毕福剑事件

二、如何让企业的危机消除在萌芽状态？

- 预防-减少损失
- 预警-化险为夷
- 预控-转危为安

案例分析：工商银行面对一个网络段子的舆情防控

二、如何科学有效的危机识别与预测？

1. 诬告情境，表现形式：谣言、中伤、诬告
2. 被告情境，表现形式：误解、冤枉、失误
3. 布告情境，表现形式：自然灾害、低概率事件
4. 诉告情境，表现形式：明显过失、违法犯罪、故意隐瞒

小组讨论：

我们在服务中遇到那些重大客户投诉？

这些投诉如何演变成危机事件的？

它带给我们团队成员和管理者那些挑战？

三、自媒体下的传播有那些规律与特点？

- 如何看待现在的自媒体环境？
- 如何掌握舆论传播的基本规律？
- 为什么说没有传开的危机，都不叫危机？

案例分析：上市公司步长制药为何发布一篇正面声明，却造成二次危机？

四、企业如何做好舆论场中的危机沟通？

- 第一时间反应还是第一时间回应？
- 在危机中该如何进行媒体回应？
- 危机沟通中的“7W1H要素”

案例分析：华为孟晚舟事件、国资委的网络舆情回应、联想爱国事件

五、如何应对媒体的突然采访？

- 避免镜头争执
- 避免信息紊乱
- 避免越说越多
- 避免无可奉告

案例分析：官员“哑语”事件、40万天价菜单事件

❖ 课堂练习：

针对网上报道的负面信息，写一篇公司声明。