领导力与

营销管理学习系列

**大数据时代的企业危机沟通与应对**

**主讲：原国际知名公关公司中国区副总裁、危机公关管理专家 张涛**

**面授时长：1天 课程费用：2800元/人**

**课程对象：**企业品牌部、市场部、公关部门等相关中层管理人员；政府宣传管理人员等**。**

**课程特色**

**企业收益：**

1、在困境中，解除企业危机，维护公司名誉，将伤害降至最低；

2、从危机中，获得新的转机，提升品牌形象，增强企业实力和竞争力；

**岗位收益：**

1、了解大数据时代危机的潜在来源及特性；

2、认识“舆商”与“事商”在应对危机中的重要作用；

3、掌握处理危机事件时的原则及方法技巧，快速响应事件；

4、运用危机管理中的沟通原则和流程，正确应对外界声音；

5、学会在危机发生时正确处理与外界的关系，形成有效连接。

1、通过大量案例分析解读相关理论，善于讲故事，在互动研讨的基础上，让学员深刻领悟并掌握危机管理和媒体沟通的技巧；

2、通过情境演练，结合实用实效的工具方法，帮助学员掌握课后即可使用的危机公关应对策略。

**课程收获**

01

课程大纲

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **第一部分： 社会新形态下为什么急需“舆商”和“事商”？****一、“舆商”与“事商”的具体表现形式**1、什么是事商2、什么是舆商3、怎么培养事商和舆商**二、机构与个人“舆商”如何互补****三、鬼谷子如何帮助我们化解社会及企业发展过程中的沟通障碍**1、什么叫捭阖之道2、什么叫得其情乃制其术3、什么叫摩之以其欲4、善找第三方的真正含义是什么**四、网络舆情是如何发酵的**1、如何撤稿2、对方如何利用事件发酵舆论3、成本加大的两个标志4、快速处理的步骤**五、面对舆论危机如何分角度降低舆论热度**1、如何把混乱因素植入物理空间**六、微博和微信在不同事件中的作用**1、如何区别微博和微信对不同事件的传播作用2、怎么应对双微**七、舆论危机中如何面对政府、大众和员工****第二部分：如何面对纷繁复杂的多媒体时代****一、危机处理中面对媒体时内容准备的三个层次****二、如何理解鬼谷子的“与贵者言，依于势”** |  | **三、面对资深记者采访的几个关键技巧**1、内容准备2、信息准备3、情绪准备4、方式准备5、环境准备**四、网络事件处理中的几个关键点****第三部分：危机事件处理中需要注意的几项工作****一、如何跟对方谈**1、什么人适合危机沟通2、谈判中需要注意什么**二、如何调整转换情绪**1、弱与强的转化2、选代表要注意什么3、解释政策的技巧**三、如何统筹关系找对第三方**1、善找第三方的两个层面**四、突发事件现场管理中的几个关键点**1、现场把控2、口径调整3、对方漏洞**第四部分：情景演练**具体要求：1、每组挑选一个情景，准备30分钟（主要是丰富情景内容）2、小组代表陈述事件经过、已知的具体信息，并给出解决方案3、其它组针对解决方案提出质疑和以“如果……,怎么办……”来提问 |



**原国际知名公关公司中国区副总裁、危机公关管理专家**

**张涛**

02

专家介绍

**实战经验**

18年从业经验，危机管理科班出身，师从我国负责危机处理的国务院部级领导，在危机管理、定制传播战略上有着从一线到管理的实践经验。曾任国际知名公关公司中国区副总裁，为客户处理危机事件和定制传播战略；中央电视台八年记者经验，采访过包括美国前总统克林顿在内的1500位国际政要和经济界领袖。他给多家企事业机构和地方政府提供咨询和顾问服务。

**授课特点**

大量的一线工作实践，形成了自身在“企事业危机管理、危机公关与媒体沟通、发言人素质提升”等危机管理方面较强的培训功底，并形成了实战、互动、系统、有效的培训风格。能根据学员的实际情况，提供有针对性的咨询式培训。

**主讲课程**

危机管理与舆论沟通、突发事件应急管理与舆论应对、危机管控、危机沟通、舆情管理、政府公关、危机沟通中的媒体应对、如何应对媒体采访、风险防范与危机管理。

**服务客户**

阿里巴巴、强生、家乐福、万科、雀巢、可口可乐、耐克、阿尔斯通、西门子、英特尔、辉瑞、美联航、英国使馆、国家电网、南方电网、中信集团、中粮集团、高盛集团……