



# 危机公关 成功案例

汇报人：

# 基本概念

危机公关是指应对危机的有关机制。根据公共关系学创始人爱德华·伯尼斯（Edward Bernays）的定义，公共关系是一项管理功能，制定政策及程序来获得公众的谅解和接纳。危机公关对于国家、企业、个人等等都具有重要的作用。



危机公关具体是指机构或企业为避免或者减轻危机所带来的严重损害和威胁，从而有组织、有计划地学习、制定和实施一系列管理措施和应对策略，包括危机的规避、控制、解决以及危机解决后的复兴等不断学习和适应的动态过程。



# 经典案例

## 中美史克PPA危机公关案例分析

事件回放：2000年11月16日，中美史克接到一份源自天津卫生局的





中美史克接到信息的当天，即刻组织相关人员成立危机管理小组，制定危机公关策略，并在次日召集50余位销售经理回到天津总部进行沟通、培训。除此之外，中美史克还专门培训了数十名专职接线员，用来沟通消费者的咨询，以便对各类问题给出专业的解答，消除消费者的疑虑。

中美史克于20日在首都召开新闻媒体发布会，将真相公布于众；并通过与媒体记者沟通相关事宜，并在竞争对手恶意炒作和攻击之中，有效克制自身，并在发布会前后组织相关媒介，进行及时、官方的沟通，第一时间发布相关资讯。

中美史克接到天津卫生局的消息之后，即刻表态：坚决执行政府法令，停止相关药品的生产制作和营销推广。并在召开新闻发布会时再次表态：无论怎样，中美史克都会在国家药监部门的监督下，切实履行企业责任，维护消费者的健康安全，并在PPA的研究论证之后给消费者一个满意的解决方案。

这种真诚沟通的态度，不仅稳住了经销商，也稳住了消费者，这对危机的传播起到了一定的正面阻尼作用。最终，中美史克以自身的损失换取了经销商和消费者的忠诚和信任，为之后重新打开市场和攻城略地打下了很好的舆论基础。

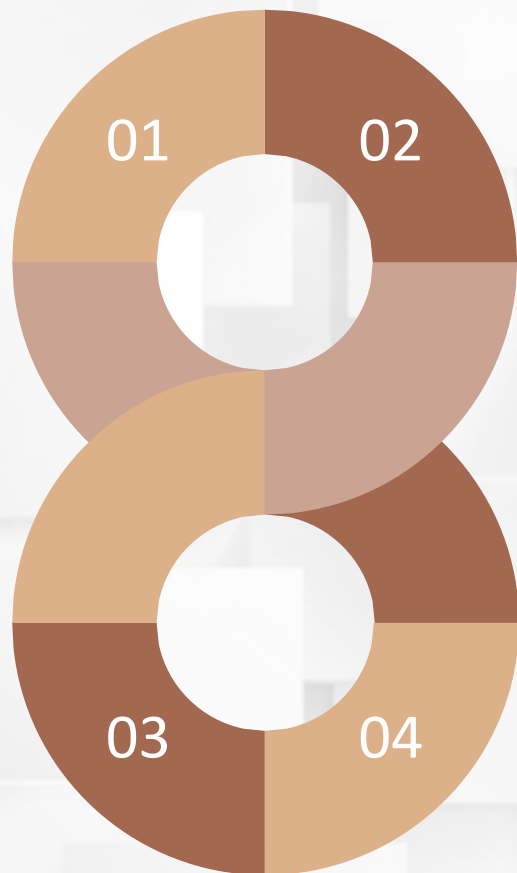


# 流程内容

问题管理。对可能对组织产生影响的问题进行系统化监控和评估。



危机应对。面对爆发的危机实施全面管理方案,掌握危机管理的主动权。



危机规划与预防。针对可能发生的危机情景进行预案研究与处理,建立危机管理机构。



善后事宜。判断危机的损害程度、评估危机预案的效果,做出调整和修订。



# 主要原则

## 承担责任原则

宣布承担责任，是组织作为社会一员，必须履行的道德义务，也是组织化解危机的最佳选择，能有效快速平服公众激动的心情，免除危机进一步激化的危险，为解决危机创造良好的舆论环境。



## 真诚沟通原则

事件出来了，谁也无法改变，但谁都想改变媒体、公众、受害者的看法，关键是谁的方法有效。只有真诚沟通，才是有效的，任何非真诚的做法，都只能激化矛盾，引发更大危机。

从危机管理的角度看，事件发生马上正确处理，这是危机管理的前提；事件发生马上正确传播，则是危机管理的核心。传播的内容不仅要正确，传播的时间还要“马上”。

速度第  
一原则

系统运  
行原则

权威  
证实  
原则

当事组织在事件发生后，只需真诚解决问题，等待权威结论，任何自下结论的做法，与事无补，还会激怒受害者，加剧危机。

现在从国家到地方，从公共行政管理到具体社会组织内部，方方面面，都在建立危机管理制度和危机管理体系。



# 感谢观看

汇报人：



LOG  
0

COMPANY

Slogan & Detail

# 部门早会演讲稿

---

It'll start soon. Please turn off your cell phone and keep quiet tart soon. Please turn off your cell phone and keep



汇报人:



时间: XXX

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/105230004211011344>