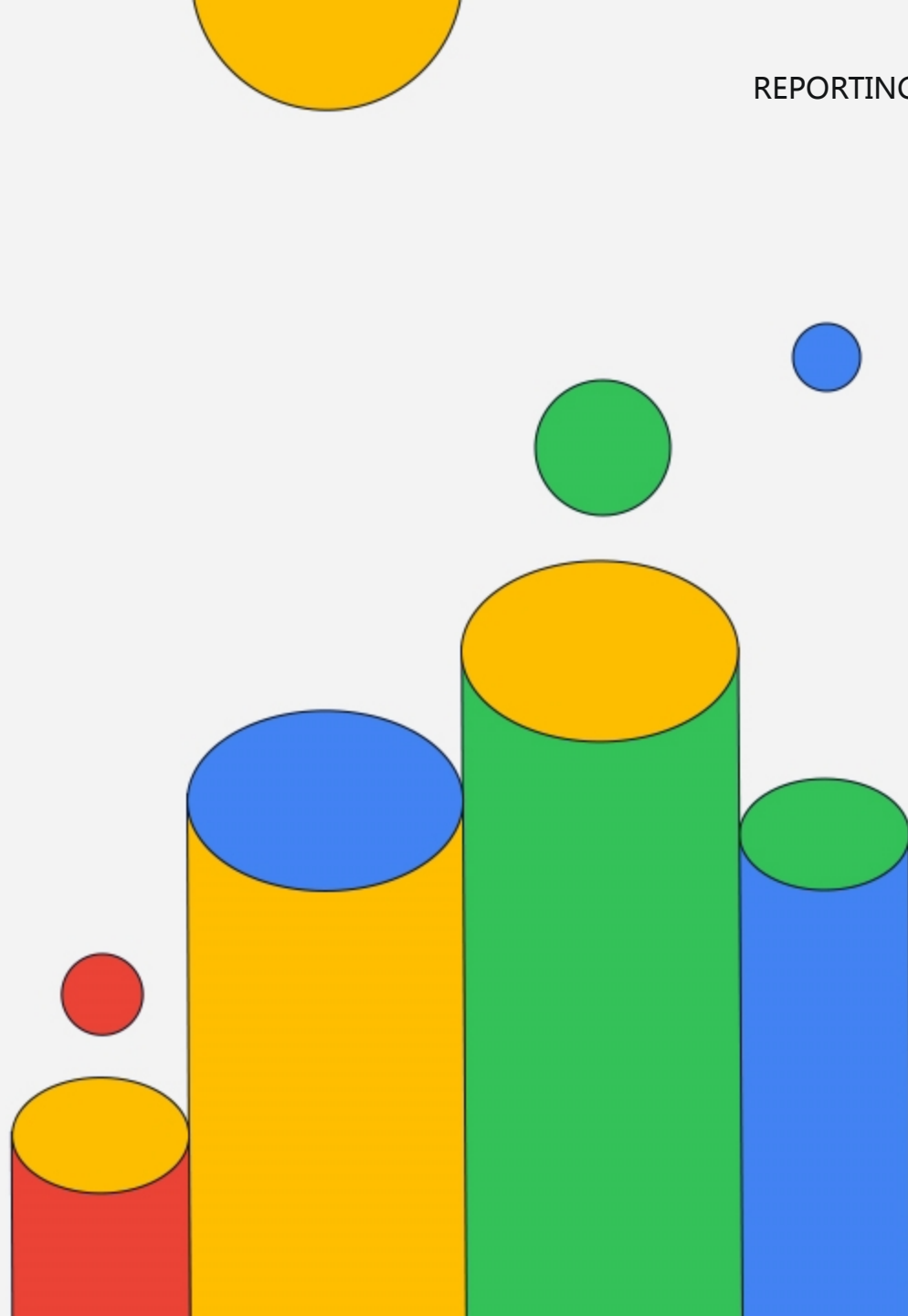


掌握危机公关传播中的 主动权与被动对策 方法



 2023

目录

CATALOGUE

- 危机公关传播概述
- 主动权在危机公关传播中的应用
- 被动对策在危机公关传播中的应用
- 危机公关传播的策略与技巧
- 案例分析

PART 01

危机公关传播概述



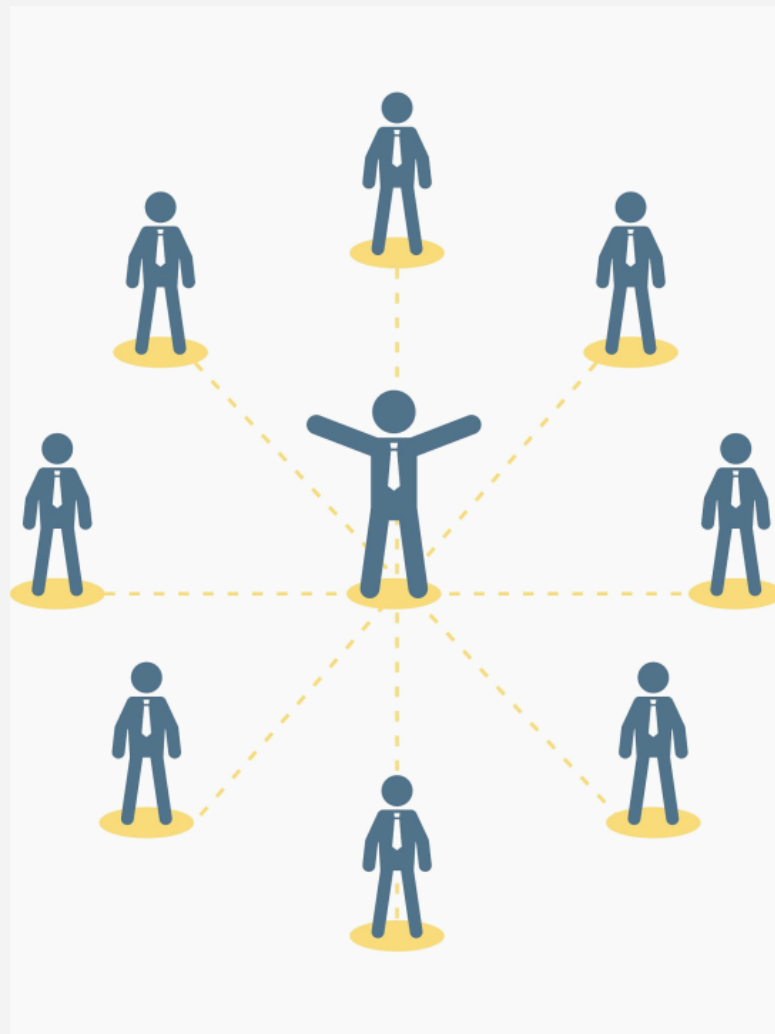
定义与特点

定义

危机公关传播是指组织在危机事件发生时，通过各种传播手段向公众传递信息、解释情况、回应质疑，以减少危机对组织形象和声誉的影响。

特点

及时性、准确性、透明度、策略性。





危机公关传播的重要性

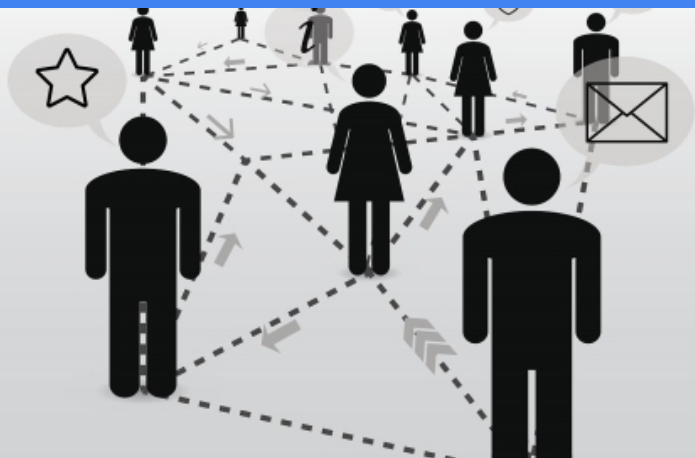
维护组织形象和声誉

在危机事件发生时，及时、准确的危机公关传播有助于维护组织的形象和声誉，避免或减少公众对组织的负面印象。



提升组织公信力

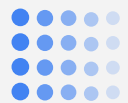
危机公关传播能够帮助组织回应公众质疑，提升组织的公信力和公众认同度。



减少危机影响

有效的危机公关传播能够及时传递组织对危机的态度和处理措施，减少危机对组织业务和运营的影响。





危机公关传播的历史与发展



历史回顾

危机公关传播的历史可以追溯到20世纪中叶，当时公关行业开始兴起，企业开始意识到危机公关传播的重要性。

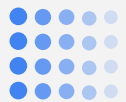
发展趋势

随着社交媒体的普及和信息传播速度的加快，危机公关传播正朝着更加及时、透明和互动的方向发展。同时，大数据和人工智能技术的应用也为危机公关传播提供了更多的手段和工具。

PART 02

主动权在危机公关传播中的应用





提前预警



建立危机预警机制

通过收集和分析信息，及时发现潜在的危机风险，采取预防措施，降低危机发生的可能性。

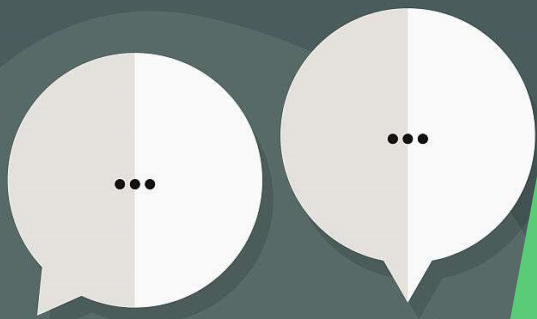


定期演练和培训

组织员工进行危机应对演练和培训，提高危机意识和应对能力，确保在危机发生时能够迅速应对。



BUSINESS PEOPLE CHARACTERS



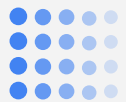
建立良好的沟通渠道

与媒体、公众和利益相关者建立良好的沟通渠道，确保信息传递的畅通无阻。

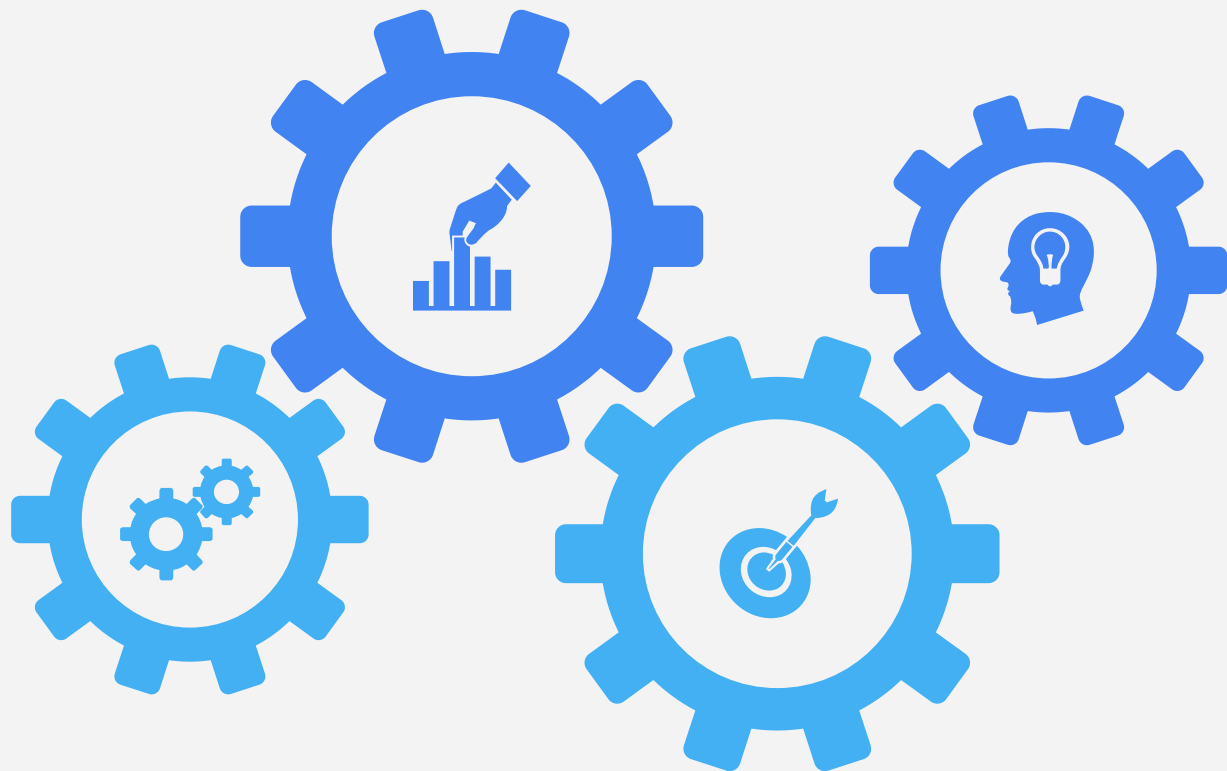
倾听利益相关者的诉求

积极倾听利益相关者的意见和诉求，寻求共同利益点，达成共识，化解危机。





主动承担责任



承认错误并承担责任

在危机发生后，主动承认错误，承担责任，展示企业的诚信和担当精神。

采取积极措施解决问题

采取有效措施解决问题，恢复利益相关者的信任和信心，重建企业形象。

PART 03

被动对策在危机公关传播 中的应用



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/347050041142006122>