

<<考验>>

图书基本信息

书名：<<考验>>

13位ISBN编号：9787121014468

10位ISBN编号：7121014467

出版时间：2005-7

出版时间：电子工业

作者：叶秉喜

页数：318

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<考验>>

内容概要

家乐福“进场费”风波、金龙鱼“虚假广告”以及三鹿“毒奶粉”等接连发生的事件在我国引发了一股危机管理的研究热潮，这些研究无疑为有效管理危机提供了理论指导。

《考验：危机管理定乾坤》由两部分组成，理论部分以中外权威且通行的理论为主，易学易懂；案例部分精选古今中外十大经典危机管理案例、著名跨国公司在华危机管理案例、2003和2004年度十大危机公关案例，具有极强的实战性、参考性。

《考验：危机管理定乾坤》可作为企业内部培训的最佳教材，也可作为高等院校危机管理的专业教材，还可作为MBA、EMBA院校案例研讨库。

作者简介

叶秉喜 上海卓跃咨询合伙人 叶秉喜先生长期致力于危机管理、营销战略和商业模式的研究，曾先后在企业战略、危机管理、营销诊断及品牌推广等领域服务于多家知名公司。同时还是《IT经理世界》、《经理人》、《中国经营报》、《商学院》及《21世纪经济报道》等多种国内知名财经类报刊杂志的高级撰稿人和专栏作家。

庞亚辉 上海卓跃咨询董事；总经理 庞亚辉先生系多家企业顾问。国内知名营销、品牌管理、战略规划专家。具有大型中美企业公共关系部经理、江浙著名民营企业市场总监、营销副总和国内著名财经媒体从业经历。作者长期关注、跟踪和研究国内外企业公关危机案例，并形成了自有的理论体系，在国内危机管理界享有较高的声誉，受到国内外媒体的追踪和报道。

书籍目录

上篇 认知篇	第一章 总论	2	危机管理起源	5	内外部危机划分	7	第二章 主要危机处理技巧									
	13	第三章 危机识别与预防	22	危机的识别	24	危机的预防	30	第四章 危机沟通	35							
		36	内部沟通	42	政府沟通	44	媒体沟通	45	消费者沟通	54	其他公众沟通	56				
		第五章 危机管理	58	危机管理计划	64	危机管理小组	69	形象管理	73	反应管理	75	恢复管理	77			
		77	情境管理	79	管理评价	80	第六章 危机管理四力	82	缩减力	84	预备力	85	第七章 危机评估	88		
		85	第八章 中外十大经典危机管理案例	94	第九章 跨国公司危机在中国	160	第十章 卓跃咨询实战危机管理案例	204	第十一章 2003、2004年度十大企业公关危机案例	231	后记	315	参考资料	312	相关链接	314

<< 考验 >>

章节摘录

案例六 肯德基“禽流感事件”，显成熟企业公关之道 从2004年1月份开始，禽流感在亚洲部分地区肆虐，不少国家居民“谈鸡色变”，导致以经营炸鸡和鸡肉汉堡为主的肯德基连锁店生意一落千丈，亚洲一半分店生意下降。

越南由于疫情较重，其境内的肯德基店门可罗雀。

1月27日，肯德基宣布暂时关闭越南境内所有分店，并在月底重新开张后转而经营鱼类食品。

肯德基陷入了一场禽流感所引发的危机之中。

2月5日，肯德基在北京召开新闻发布会，邀请北京市商务局饮食管理部门领导、农业大学营养专家和畜牧业专家至肯德基店做示范性品尝。

鉴于禽流感的发展形势，中国肯德基于2月20日上午宣布，将从21日在北京、上海、广州、深圳、杭州、苏州、无锡7个市场同时推出一款非鸡肉类产品“照烧猪排堡”。

肯德基还制定了一系列完善的应急计划。

供应商的每一批供货都要求出具由当地动物检疫部门签发的《出县境动物产品检疫合格证明》和《动物及动物产品运载工具消毒证明》，并证明所有的供货“来自非疫区，无禽流感”。

同时制定了完善的应急预案，如果万一有供应商的鸡肉出现问题，肯德基有能力立刻转向，改由其他合格供应商供货。

国内某知名财经媒体认为肯德基此举是“死守‘源头’”。

与此同时，肯德基还约请权威人士现身说法，通过店内招贴画等渠道宣传试图让消费者明白，经过高温加工的肯德基产品没有传播禽流感的可能。

案例模型评价

评

估因素（4R模型） 评价得分
缩减力

预备力

反应力

恢复力

综合评价

90

卓跃点评

禽流感是无法预测的天灾人

祸。

面对危机肯德基积极应对，处理危机事件从容主动，并赢得广泛认可。

从整个处理危机的过程看，肯德基已形成了一套危机管理反馈和处理机制，企业对于危机的预警、反应、沟通、处理等方面都比较成功。

从案例分析，肯德基主要分别从产品、供应商、公众、危机预警等多方面进行危机处理，从而保证了肯德基在非常时期的运营正常。

卓跃咨询认为，如果在危机中传播造成失误，就有可能形成真空，甚至有可能被颠倒黑白、胡说八道的流言所主导，“无可奉告”的答复尤其会产生此类问题。

当禽流感出现后，肯德基及时汇集了三份文件：《肯德基有关禽流感问题的媒体Q&A》、《关于肯德基危机处理的对外答复》、《肯德基有信心有把握为消费者把关》，并及时将其提供给媒体，先人为主从宏观上把握住了主动权。

面对危机，肯德基有备而来、严阵以待，所有来自媒体的问题，都统一由百胜公司公共事务部出面安排采访。

危机一出现苗头，肯德基的危机处理小组就立即开启，及时对危机造成的影响做出反馈和决断，并直接向中国区总裁汇报。

通过官方的文件证明和官员试吃，消除公众的疑问，起到了积极的正面宣传和带动作用。

在公关危机产生后，必要的细节信息透明化是很重要的。

为此，肯德基专门召开新闻发布会，向公众宣布，世界卫生组织和其他权威机构证明食用烹煮过

<<考验>>

的鸡肉是绝对安全的。

在产品方面，肯德基及时推出替代的产品。

在供货商方面，除了加强产品质量和安全控制之外，亦出台了供货商转换预案，使自己有了供应保障。

肯德基在禽流感中的危机处理，有许多可圈可点的地方。

尤其对于所有的利益相关者都做了比较充分的信息沟通，保证了在中国业务不受影响。

肯德基的危机管理在预备力、缩减力、反应力和恢复力方面表现得都非常出色，再现了一个成熟企业在危机管理过程中的娴熟和成功。

<< 考验 >>

媒体关注与评论

危机管理有两个核心，一是企业内部管理和沟通，二是如何与媒体作充分彻底的沟通有时媒体沟通成败将决定企业危机管理的成败。

《考验》告知我们该如何做。

——美的集团副总裁、制冷事业部总裁方洪波 突发的严重危机往往是对企业生死存亡的“考验”。

面临危机，有的企业从容应对，绝处逢生；有的却不知所措，以致损失惨重甚至顷刻倒塌。

能否以及如何应对危机，体现了企业生存之道的把握。

——《中国经营报》社长金碚 把“危”与“机”放到一起是火智慧，从危机中寻找商机是危机管理的最高境界——伟大的企业致力于寻找商机，优秀的企业能超越危机，平庸的企业则忙于应对危机。

对于中国企业，更多的是要学会在危机中成长。

——《经济观察报》总编辑何力 在危机而前，所有企业都在同一条起跑线上，但应对危机却下差万别。

有的企业能够平稳度过危机，有的企业则在危机面前倒塌。

这一方面依赖于企业管理的积淀，另一方面则拷问企业全员危机意识和决策层危机管理能力。

——《中国经济时报》总编辑包月阳 在“国际化”已成为最关键主题词的商业环境中，公关危机处理的国际化已成为当务之急。

《考验》一书定能给那些正欲征服世界的中国企业以有益启迪。

——《环球企业家》执行主编杨福 理论指导实践，实践升华理论在危机四伏的年代，本书应被视为应时、应景、应势之作尤其《考验》关于危机应对的系列措施，很值得广大企业借鉴和学习。

——蓝色光标公共关系机构董事总经理高鹏 作者为中国企业做了一件非常具有历史和现实意义的事情。

危机管理，不仅是跨国公司要面对的，也是成长中的国内企业同样要面对的建议推广《考验》一书。

——前爱德曼国际公关公司中国区执行总裁柏力 危机管理的核心有两个：一是企业内部管理，二是对外公关。

良好的内部管理可以减少危机的发生，而高超、专业的公关则有助于企业危机管理的成功。

《考验》对此两个方面都有非常详细而实战的论述。

——嘉利公关顾问公司总经理庞卓超 很高兴作者能撰写出方便中国企业阅读的危机管理专著。

不管是中国本土企业还是在华的跨国公司，都非常需要危机管理的理论指导。

我非常愿意推荐大家阅读《考验》一书。

——伟达（中国）公关顾问公司危机管理总监孙玉红 正像书中所述，危机管理是企业管理的一个分支，是基于企业建立在信用、责任、坦诚基础上的一种积极的沟通，而健全的管理机制则更有利于危机的避免。

——中国科学技术大学MBA教授、博士生导师李洪峰

编辑推荐

《考验：危机管理定乾坤》的最大特色就是以案例为主，而且绝大部分案例是由上海卓跃咨询跟踪、整理所服务企业的实际情况经采集提炼而成的，不少还是服务企业资料的第一次披露，而且多数为近一两年内发生的企业公关危机案例，较为鲜活。尤其是卓跃咨询公司连续两年推出的“2003年度十大企业公关危机案例”、“2004年度企业十大公关危机案例”、“2004年度在华跨国公司十大公关危机案例”，被多家著名财经和管理类媒体转载和推介，并被不少国际公司、咨询和公关公司的内刊和各大网站转载，引起较大反响。

<<考验>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>