



第五讲 信息与沟通

505如何建立信息与沟通机制

王清刚

中南财经政法大学会计学院

Email : kjxywqg1125@126.com



信息与沟通机制建设

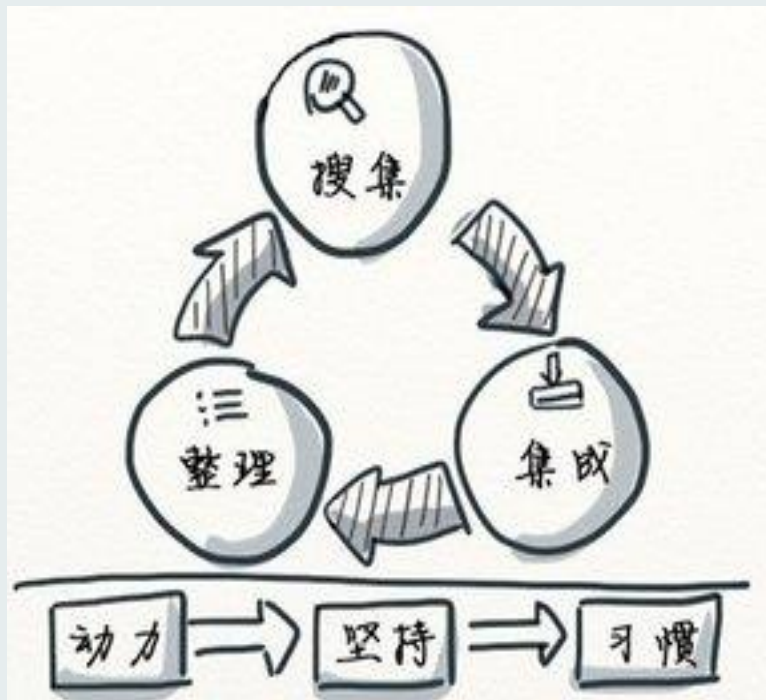
- ◆信息收集
- ◆内部沟通
- ◆外部沟通
- ◆媒体宣传
- ◆反舞弊机制
- ◆信息系统





获取内部信息

- 员工手册
- 教育培训
- 会计资料
- 经营数据
- 例行会议
- 调研报告
- 专项信息
- 内部刊物
- 办公网络



获取外部信息

- 行业协会
- 中介机构
- 往来单位
- 市场调查
- 来信来访
- 网络媒体
- 监管部门



信息收集的原则

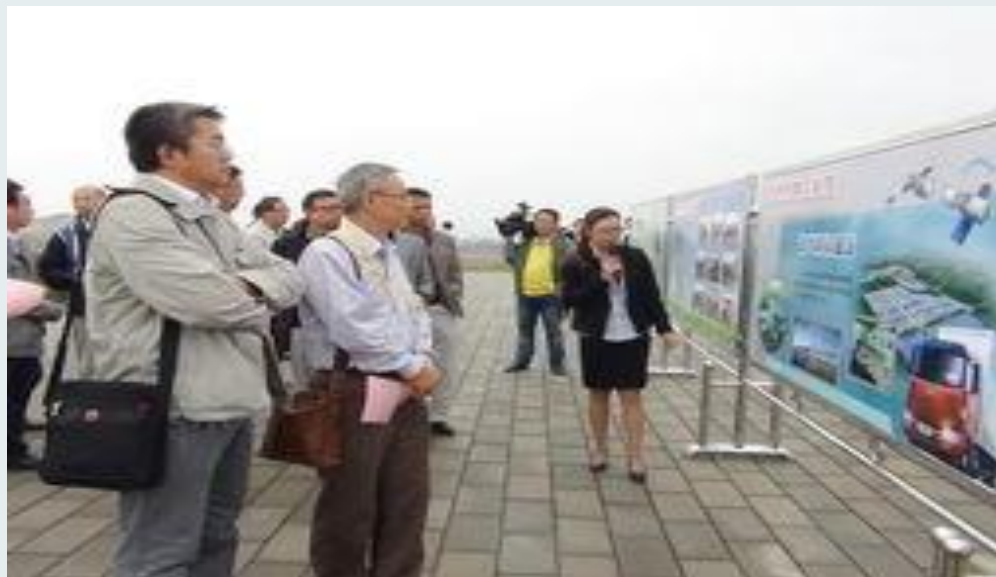




内部沟通

● 正式沟通

- 会议
- 报告
- 培训
- 调查
- 访谈
- 信件
- 内刊
- 手册
- 展板
-





内部沟通

● 非正式沟通

- 旅游
- 晚会
- 节庆
- 微信
- QQ
-





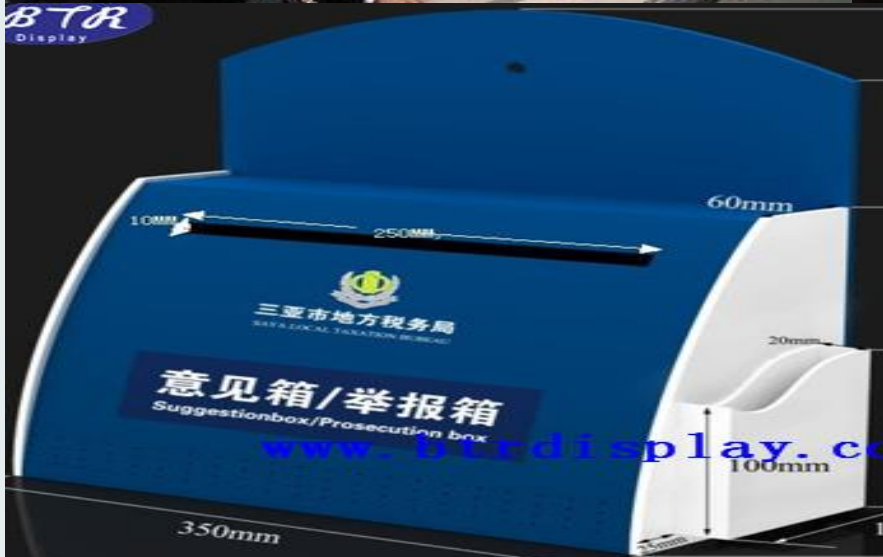
外部沟通





反舞弊机制

- 举报热线
- 举报信箱
- 投诉反馈





新媒体时代企业信息与沟通的危与机

● 新媒体时代

- 美国《连线》杂志：所有人对所有人的传播
- 电子杂志、手机电视、宽带视频、楼宇电视、移动电视、无线互连、即时通信、数字电视、博客、微博、微信、SNS网络





今天没有人敢轻视舆论！

人们是通过传媒认识这个世界的，甚至可以说，他们认识的是

——**传媒让他们看到的世界！**

企业无法控制公众舆论，但是可以

——**影响公众舆论！**



科学认识企业危机中的舆论作用

危机：风险累积到一定程度后的爆发

- ✓ 舆论对于重大事件非常敏感
- ✓ 重大事件容易使舆论朝两极发展
- ✓ 媒体对事件的描述和评论非常重要
- ✓ 既成事实使舆论朝接受它的方向发展
- ✓ 公众舆论主要是由需求决定的
- ✓ 开始的舆论总是不成熟和不冷静的
- ✓ 公众舆论将会成为企业政策的先导



新媒体时代企业信息与沟通的危与机

● 新媒体时代信息传递的特征

- 突发性：匿名发布，信息传播更为迅速
- 网络反腐的神力
- 信息集聚与话语纷乱：海量信息，广泛甚至泛滥，危机期间企业的公关努力也可能被通过新媒体广泛传播的负面新闻甚至谣言、小道消息等淹没



企业危机管理：转“危”为“机”

- **FFF (First Person, First Time, First Place)**

第一把手在第一时间到达第一现场

- **OOO (only one out)**

唯一的权威的信息发布

- **TTT (tell the truth)**

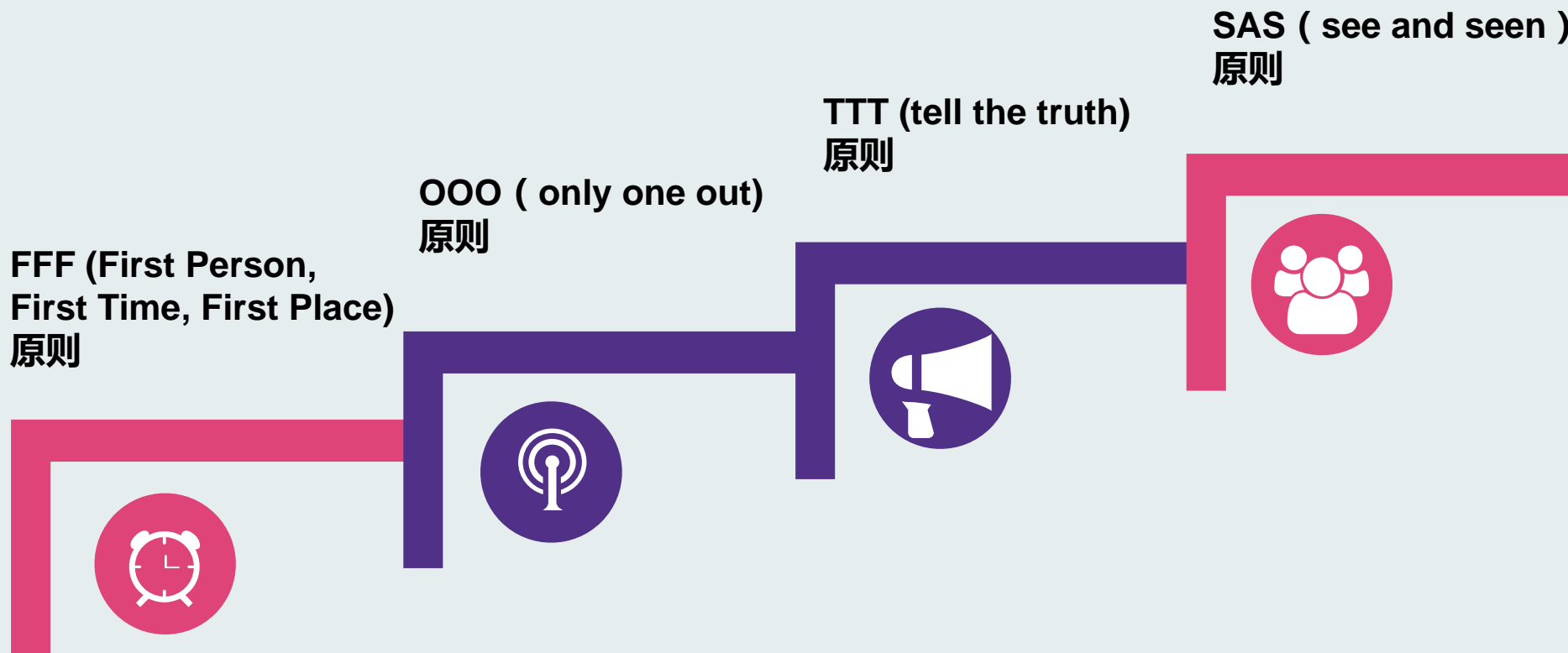
了解更多事实后，发布准确的消息

- **SAS (see and seen)**

让人们看到决策者在行动



处理重大事件的原则





发言人的沟通艺术

- ✓ 传递信息要经过充分的考虑和筛选，避免失误
- ✓ 快速思考，积极回应
- ✓ 有效倾听、不回避
- ✓ 避免长时间停顿或用太强的专业术语
- ✓ 形体语言得体、反应不过度
- ✓ 在压力下要保持冷静
- ✓ 有技巧地处理复杂问题
- ✓ 承诺不过头



