

## 零售業 《能力標準說明》 能力單元

### 「營運企劃及營銷策略」職能範疇

名稱	管理社交媒體危機公關
編號	107154L4
應用範圍	建立一套完善的社交媒體網絡危機應對策略，當危機事件發生時，可以發現危機的根本原因，降低危機破壞性，保護企業的形象、品牌不受侵害。
級別	4
學分	6 ( 僅供參考 )
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 認識社交媒體危機的特徵和產生的危害 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 瞭解社交媒體危機的特徵 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 較多負面的言論偏見</li> <li>● 網友發布錯誤的資訊</li> <li>● 危機不確定性</li> <li>● 危機急迫性</li> <li>● 媒體輿論關注性高</li> </ul> </li> <li>● 瞭解社交媒體危機的害處 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 爆發時的速度和強度更廣泛，大大不同於傳統媒體</li> <li>● 網路上的任何人都可能造成危機</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>2. 訂立社群媒體危機策略 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 準備 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 在危機爆發前，先檢閱潛在的危機爆發點，模擬可能發生的危機狀況，並設法預防其發生</li> </ul> </li> <li>● 評估 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 收集數據建立危機的真實狀態。企業的回應必須能夠相應於該危機議題的潛在影響。利用社群媒體的工具以協助評估負面訊息的影響。</li> </ul> </li> <li>● 控制 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 處理危機溝通的人越少越好，通常參與的人越多，訊息就越容易被混淆</li> </ul> </li> <li>● 執行 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 快速反應，遲遲不回應通常可能讓危機更加嚴重，因為會讓顧客認為企業根本不在意此問題</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>3. 展示專業能力 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 所制定的社群媒體危機管理策略或措施，不可抵觸香港法例相關的規定</li> </ul> </li> </ol>
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 瞭解社群媒體環境下的企業危機的特點</li> <li>● 做好危機前的預警工作</li> <li>● 具備處理社群媒體危機的能力</li> </ul>
備註	