

零售業 《能力標準說明》 能力單元

「顧客關係管理」職能範疇

名稱	管理社交媒體危機公關
編號	111274L4
應用範圍	此能力單元適用於顧客關係管理相關人員。從業員能夠根據機構既定的顧客關係管理策略，管理社交媒體危機公關。當危機事件發生時，助機構發現危機的潛在成因的資訊，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
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解社交媒體危機的特徵和產生的危害</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 瞭解社交媒體危機的特徵 <ul style="list-style-type: none"> ○ 較多負面的言論偏見 ○ 網友發佈錯誤的資訊 ○ 危機的不確定性 ○ 危機的急迫性 ○ 媒體輿論關注性高 ● 瞭解社交媒體危機的害處 <ul style="list-style-type: none"> ○ 爆發時的速度和強度更廣泛，大大不同於傳統媒體 ○ 網絡上的任何人都可能造成危機 <p>2. 管理社交媒體危機公關</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 在社交媒體上執行機構既定的顧客關係管理策略 <ul style="list-style-type: none"> ○ 準備：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 ○ 評估：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。 ○ 控制：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 ○ 反應：遲遲不回應通常可導致更加嚴重的危機，因為會讓顧客認為企業根本不在意此問題 <p>3. 展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 所執行的社交媒體危機公關，不可抵觸香港法例相關的規定（如：《版權條例》、《個人資料（私隱）條例》）處理工作細節，並主動找出改進的機會
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"> ● 瞭解社群媒體環境下的企業危機的特點； ● 執行危機前的預警工作流程；及 ● 具備處理社群媒體危機的能力。
備註	此乃能力單元107154L4的更新版