

互联网网络媒体公关危机处理

产品名称	互联网网络媒体公关危机处理
公司名称	河南世耀诚实业集团有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	南阳市卧龙区工业路华龙广告二楼
联系电话	13140513661 18338218580

产品详情

网络公关(e公关-EPR)指社会中的组织机构使用互联网面向广泛的大众群体，以具备创造性和创新力的表达方式开展公共关系活动，达成提升组织知名度、营造组织形象、处理公关危机、拓展机遇与合作等作用，是组织公共关系必备的新思维方式、策划思想和传播媒介。

网络媒体舆论危机的主要特性

多样性:网络中可以通过数字化信息呈现出无限的丰富内容和传播方式，相较于传统媒体在时间和空间两个维度上的限制，网络信息传播所具有的多样性十分具有优势。而从传播介质上来看其优势也较传统媒介明显，如手机、电视、计算机和其它智能设备网络都可以实现传播，并在相应设备上呈现信息内容。

易检索:通过搜索引擎、网站链接及其他导航与跳转方式，便于公众可以便捷的通过关键词、图像特征等方法进行目标信息的检索，且在繁复的资料类型中甚至可以通过其它互动技术加强检索的便捷性。

便于复制存储:信息在网络中的传播介于物理与虚拟之间，公众仅需联网终端便可随时在网络上进行接收或检索，还可以下载或转存在终端、移动存储、网络存储等设备和帐号之中，并实现低延时存储操作，且无论是信息源还是存储源都可以存在于世界任何一个物理位置。

传播方式特征

迅捷性:由于网络传播的时空特性优势，又可以通过智能终端随时采录信息并直接发布相关信息到网络，且在发布的同一时间其他网络公众便可以转载扩散，而公众也可以快速跳过或经过挑选接受的信息，不必等待滚动播放和受到发布源信息量的限制。

交互性：网络信息传播是传播者与受传者双向沟通、互动传播的可控性媒介，只要平台权限设置允许的情况下受传者不但可以参与评论反馈，还可以直接转载或二次编辑发布并供他人接受和评论。

多向性：传播者、受传者、其他参与方都是网络媒体传播过程中的重要参与者，同时这些参与者的身份可以根据公众行为和意愿随时更换，受传者的评论如在原始内容的基础上提出意见、深度挖掘并补充新观点或关键内容，其发布的评论便成为新的传播源，此受传者同时也转变为传播者的身份。

网络媒体公关的方式

新闻报道与发布会

新闻媒体，具备独特资源与证照优势的网络平台端发布新闻及发布会的相关报道，由于公众对此类网络平台关注情况稳定且对其公信力与权威性予以较高的主观评价，并且具备广泛的公众覆盖与新闻界传播能力，组织需要权威与公认力度较大的公关活动传播时需主选此类媒体；

综合门户媒体，国内诸多门户网站都具备较高的知名度、访问量、覆盖度，以及搜索引擎优化关键词的排名优势，但因其提供的信息种类较多无法突出展现特定企业所需要的曝光度，所以门户媒体的优势资讯领域是企业要针对性的选择；

行业门户媒体，比如“公关之家”、“商务之家网”、“商务信息网”等行业媒体或网站是定位于特定行业，是专业性和行业影响力的代表，所以访问者多为垂直领域或紧密相关的专业人员群体，适合专业性较强的企业选择；

网络/电子出版物，基于网络传播的电子出版物多具有传播便捷、受众清晰、互动性较强、娱乐性等特征，比如数字杂志、网络视频、电子书籍、网络广播或音频等形式。

网络社交公关

早期网络公共关系基于门户网站、论坛社区开展社交公关事务，而随着网络社交的高速发展公众的社交模式逐渐稳定。公众会根据自身社会活动、行为习惯和社交需求，选择如综合类的微博、公众号，短视频类的抖音、快手，即时通信类的微信、QQ，购物交流类的天猫、京东，知识问答类的知乎、百度知道，工作协作类的钉钉、企业微信等等。而从企业角度来看需要考虑，目标公众在平台投入的关注力有多少时长和频率，以及网络社交公关的阶段性目标，并制定相应的实施策略才能够符合整体战略需要。

网络公关活动

公关活动主要是指企业为实现公共关系战略目标而在网络策划开展或组织实施的企业公共关系活动，主要活动方式包括主题访谈、专题活动、公益赞助、发布会、演讲直播、社群或社区活动，以及热点话题传播等。