

5 Strategi Public Relations

bagi Usaha Sosial Anda



Menjual Ide
Menerapkan Public Relations



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Nabila Mardhatillah

TERINSPIRASI DARI
Entrepreneur.com (2015) 4PR Strategies You Should Be Using Right Now





5 Strategi Public Relations Usaha Sosial Anda

Public Relations (PR) memiliki peranan penting dalam menentukan posisi Usaha Sosial Anda dan menarik konsumen.

Tim PR bertanggung jawab untuk menentukan strategi komunikasi antara Usaha Sosial Anda dengan konsumen. Artikel ini menjelaskan strategi-strategi penting yang berkaitan dengan kegiatan PR Anda:

1. Komunikasikan nilai Usaha Sosial Anda
2. Bedakan antara membuat konten dengan membuat iklan
3. Gunakan media yang sesuai dengan target konsumen Anda
4. Berkolaborasi dengan orang dan institusi berpengaruh
5. Berikan pelayanan yang sesuai dengan iklan Anda

1. Komunikasikan nilai Usaha Sosial Anda



Bentuk hubungan yang lebih personal dengan konsumen Anda lewat nilai yang ditekankan Usaha Sosial Anda. Ceritakan juga dampak sosial yang menjadi fokus Usaha Sosial Anda. Sebagai contoh, Anda menekankan gaya hidup ramah lingkungan dengan dampak sosial keberlangsungan bumi yang lebih baik.

2. Bedakan antara membuat konten dengan membuat iklan



Pada era digital seperti sekarang, dunia bisnis mulai beralih dari iklan yang berulang-ulang ke cerita yang lebih relevan. Buatlah konten yang menarik, menambah pengetahuan, dan sesuai dengan isu yang ada. Dengan demikian, konsumen Anda akan lebih tertarik untuk mempelajari Usaha Sosial Anda.

3. Berikan pelayanan yang sesuai dengan iklan Anda



Tingkatkan kualitas pelayanan Anda hingga setidaknya menyamai dengan iklan yang Anda sampaikan. Bangun kepercayaan konsumen Anda sehingga mereka akan lebih loyal dan mudah percaya dengan produk yang ada sekarang dan yang akan diluncurkan selanjutnya.



5 Strategi Tim Public Relations Usaha Sosial Anda

4. Gunakan media yang sesuai dengan target konsumen Anda



Kenali secara dalam mengenai target konsumen Anda dan gunakan media yang paling sesuai dengan karakter mereka. Dengan demikian, kemungkinan calon konsumen mengetahui Usaha Sosial Anda akan semakin tinggi. Contohnya, Anda bergerak di bidang koperasi yang memberi pinjaman ke ibu-ibu di daerah terpencil. Daripada memakai media seperti media sosial dan majalah, akan lebih tepat jika Anda melakukan pendekatan secara langsung, seperti penyuluhan dan pelatihan.

5. Berkolaborasi dengan orang dan institusi berpengaruh



Usaha Sosial Anda dapat meraih kredibilitas lewat orang atau institusi yang telah memiliki nama baik dan pengaruh kuat. Pilihlah orang atau institusi yang paling sesuai dengan target konsumen Anda.