

Tentukan Key Message dari Brand di Usaha Sosial Anda

Visi dan Misi Menjadi Landasan



Menjual Ide
Mengembangkan Brand



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

WRITTEN & ADAPTED BY:
Chrissena Novendy Putra





Tentukan Key Message dari Brand di Usaha Sosial Anda

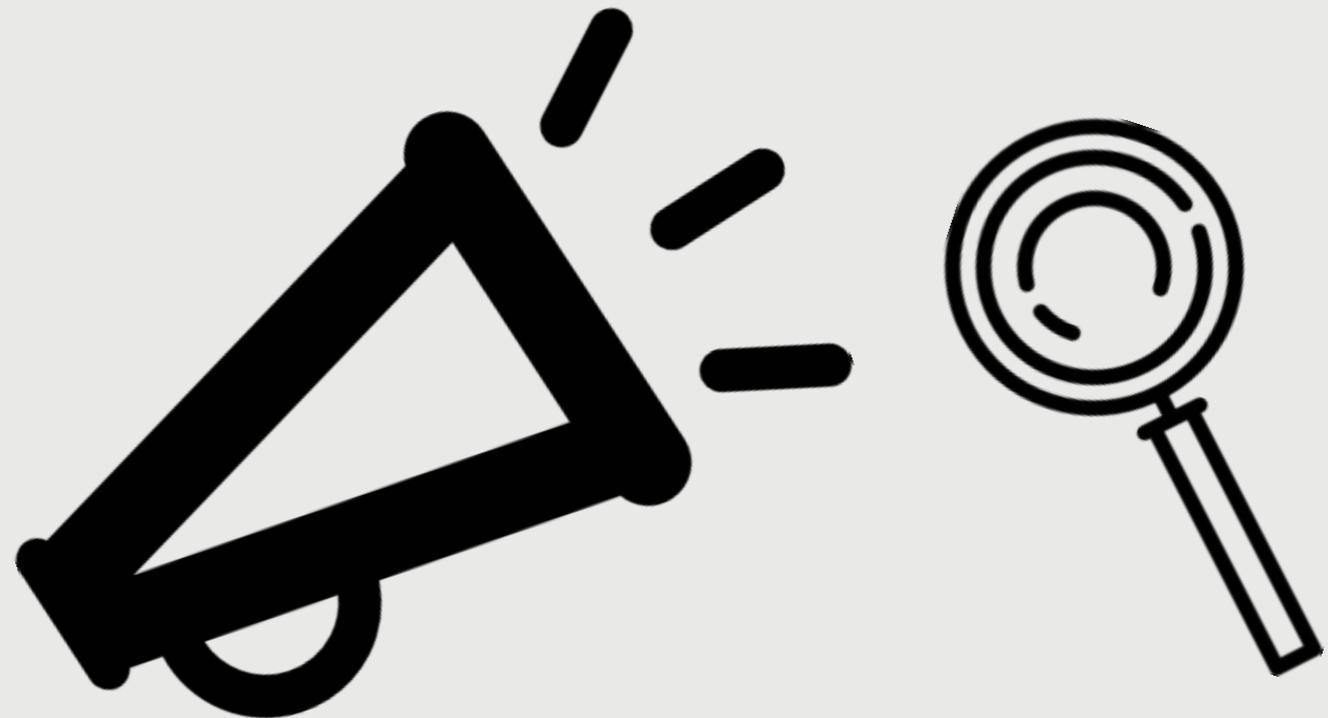
Tentunya, usaha sosial Anda memiliki suatu tujuan. Menyampaikan tujuan tersebut secara efektif dan efisien kepada target audiens bukan hal mudah, mengingat keberadaan produk dan jasa sejenis yang ada, serta tantangan untuk menyampaikan dampak positif usaha sosial Anda.

Karena itu, untuk menyampaikan pesan akan tujuan serta dampak positif usaha sosial Anda, dibutuhkan *key message*.

Key message merupakan hal esensial yang ingin Anda sampaikan kepada target audiens mengenai produk dan jasa dari usaha sosial Anda. Menetapkan *key message* merupakan sebuah langkah yang sangat penting karena akan menjadi panduan Anda dalam menyampaikan pesan kepada target audiens Anda. Penggunaan *key message* tidak terbatas hanya pada deskripsi produk. Namun *key message* juga digunakan di semua alat komunikasi pemasaran sebuah usaha sosial, produk, atau jasa.

MENENTUKAN *KEY MESSAGE* USAHA SOSIAL ANDA

- Jadikan visi dan misi sebagai landasan utama Anda dalam merangkai *key message* yang ingin disampaikan
- Pilih kosakata yang menggambarkan merek Anda dalam merangkai *key message*
- Pastikan *key message* yang Anda rangkai tidak terlalu mirip dengan yang dimiliki kompetitor





Tentukan Key Message dari Brand di Usaha Sosial Anda



8 HAL YANG HARUS ANDA PERHATIKAN DALAM MENENTUKAN KEY MESSAGE USAHA SOSIAL

1. Ringkas: Sebaiknya hanya ada tiga *key message*, setiap pernyataan hanya terdiri dari satu sampai tiga kalimat atau ketika diucapkan kurang dari 30 detik
2. Strategis: Definisikan, diferensiasikan, dan sampaikan nilai (*values proposition*) yang Anda tawarkan.
3. Relevan: Seimbangkan apa yang harus Anda sampaikan dengan apa yang harus *audiens* ketahui.
4. Menarik: Informasi yang berarti dapat menstimulasi *audiens* untuk melakukan sesuatu.
5. Sederhana: Gunakan bahasa yang mudah dimengerti; sebaiknya hindari jargon dan singkatan (akronim).
6. Mudah diingat: Mudah diingat dan diulang-ulang; hindari kalimat yang terlalu panjang.
7. Nyata: Gunakan kata aktif daripada pasif; hindari slogan yang mengiklankan.
8. Sesuai: Secara efektif dipahami target *audiens* Anda; gunakan bahasa dan kedalaman informasi yang adaptif.