

Taktik MPR

Dalam rencana MPR juga perlu dituangkan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan taktik yang merupakan pelaksanaan dari strategi yang ada beserta anggarannya. Pengungkapan taktik MPR sangat penting mengingat hal ini merupakan dasar dari setiap keberhasilan penerapan MPR

Contoh Taktik MPR :

- Pemberian penghargaan (award)
- Penerbitan buku/booklets/majalah
- Penyiapan kontes, dan event-event yang menarik
- Demonstrasi, biasanya dilakukan di toko dan shopping malls
- Exhibition/pameran, yang bisa dilaksanakan berbarengan dengan kongres, seminar, dll

- Fan Clubs, pertemuan yang periodik dari Fan Clubs memungkinkan untuk publisitas dan penerapan MPR
- Grand opening
- Hotlines
- Interview, CEO dapat menyampaikan pesan mengenai perusahaan dan produk
- Junkets, dapat membawa media untuk suatu cerita. Termasuk pula disini plant visit atau tour ke fasilitas riset/pelatihan.

- Makan siang
- Sponsor, seminar yang membahas perkembangan yang ada, diskusi atas hasil riset dan dapat dipakai oleh MPR untuk menstimulasi diskusi mengenai produk dan perusahaan
- Newsletter, berisi berita dan menjaga terus daya ingat konsumen atas perusahaan/produk
- Official endorsement

- Product Placement
- Questionnaires
- Radio contest
- Sampling
- Media tours
- Video News Release
- Program untuk Anak Muda : kontes seni sampai dengan kompetisi olahraga

P E N C I L S (Philip Kotler)

- Publications
- Events
- News
- Community involvement
- Identify media
- Lobbying
- Social investment

Communicating
&
Actuating

Communication Strategy

- Communication Factors :
Communicator(s), Message(s), Media(s),
Communicant(s) and Effect(s)
- Non – Communication Factors

Strategi Non-Komunikasi :

strategi tindakan dan perilaku organisasi, biasanya meliputi perubahan atau perbaikan dalam kebijakan, prosedur, produk, layanan dan perilaku organisasi. Jadi, melakukan atau memperbaiki tindakan sama pentingnya dengan melakukan komunikasi dengan publik.

Communicator :

- Kredibilitas tinggi
- Daya tarik : aspek kesukaan dan kesamaan

Messages :

- Gaya pesan (content style)
- Imbauan pesan (message appeals)
- Pengulangan pesan (message repetition)
- Kesimpulan dalam pesan (implisit atau eksplisit)
- Pengorganisasian pesan
- Kejelasan pesan

Media PR (written)

- News release
- Fact sheet
- Newsletter
- Advertorial
- Company periodicals
- Brochures & handbooks
- Annual report
- Corporate advertising

Media (spoken) :

- Face to face discussion
- Speech
- Audio news releases
- Word of mouth

Media (Visual) :

- Television : news releases, news on cable tv, personal appearance on tv, tv for restricted audiences.
- Videotape
- Motion picture (sponsorship)
- Still images for projection
- Still photography
- Comic books and cartoon
- Outdoor displays
- corporate design

Communicant :

- Publik yang pasif dan tidak tertarik pada suatu masalah
- Publik yang aktif berpikir tentang suatu masalah

Juga ada karakteristik publik seperti demografi, psikografi, dll.

Strategi persuasi :

- The psychodynamic persuasion strategy
- The socio-cultural persuasion strategy
- The meaning construction strategy

Crisis Management

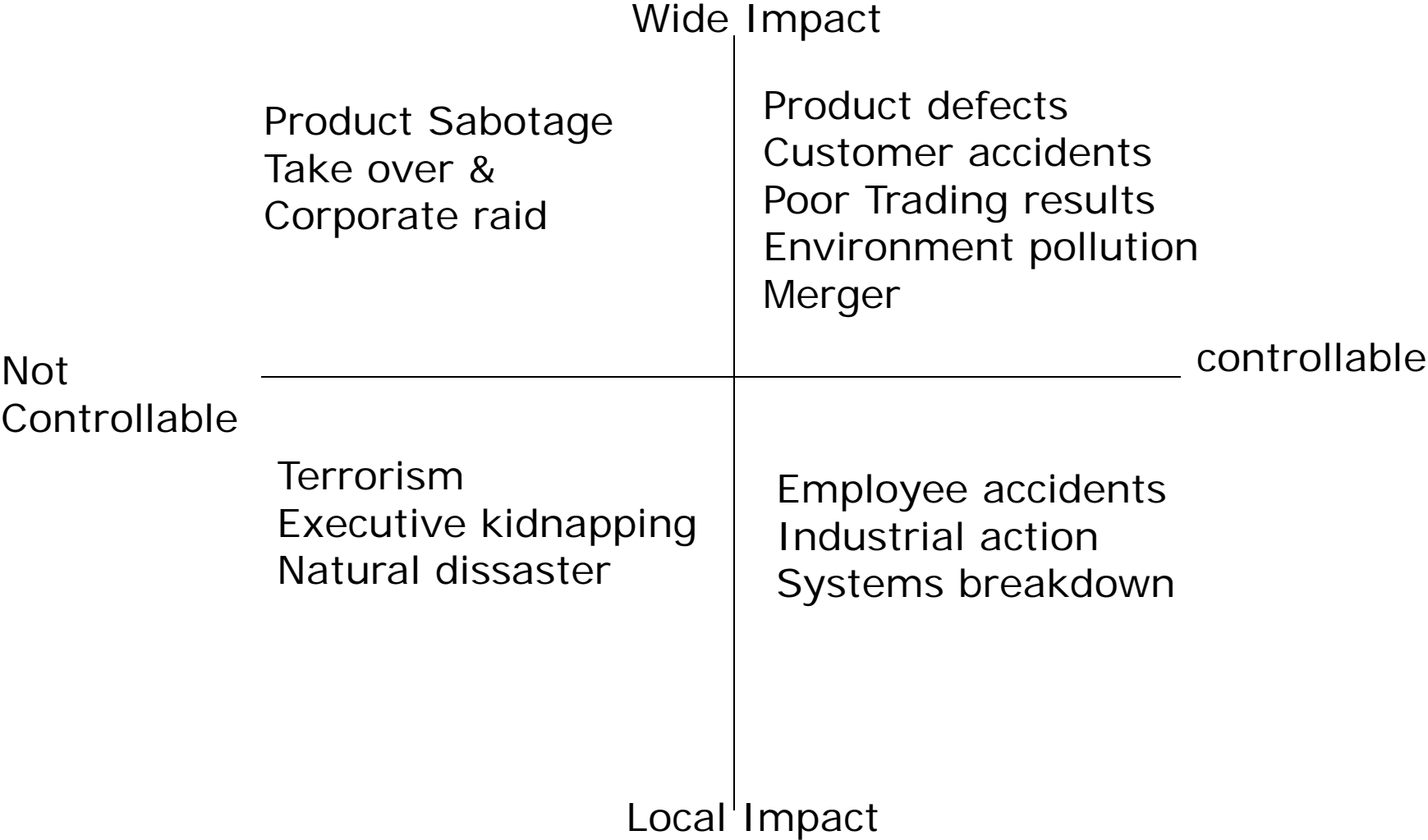
Definition of Crisis ...

- a turning point for better or worse
- Decisive moment (moment yang menentukan)
- Suatu waktu yang krusial
- Wei (bahaya) ji (peluang)

Faktor penyebab krisis :

- Kebangkitan consumer group dan kemampuan mereka untuk menginvestigasi dan mempublikasikan kebijakan perusahaan
- Kebangkitan instant communication yang difasilitasi oleh media elektronik
- Kebangkitan teknologi yang justru dapat menyebabkan krisis, misalnya sistem transportasi massal.
- Perubahan lingkungan ekonomi

Organizational Crisis Matrix



Tahapan Krisis (Steven Fink)

- Tahap Prodromal (warning stage, precrisis)
- Tahap akut (This is Crisis !)
- Tahap kronik (The clean up phase, the post mortem phase, recovery phase, self analysis phase)
- Tahap resolusi

Mengelola Krisis :

- Identifikasi krisis
- Analisis krisis
- Isolasi krisis
- Pilihan strategi
- Program pengendalian

Type of Strategy :

- Defensive strategy : mengulur waktu, tidak melakukan apa-apa, membentengi diri dengan kuat
- Adaptive strategy : mengubah kebijakan, modifikasi operasional, kompromi, meluruskan citra
- Dynamic strategy : merger dan akuisisi, investasi baru, menjual saham, meluncurkan produk baru, menggandeng kekuasaan, melempar isu baru untuk mengalihkan perhatian