



E-mail : [marketing@narotama.ac.id](mailto:marketing@narotama.ac.id) & [marketing\\_narotama@yahoo.co.id](mailto:marketing_narotama@yahoo.co.id)

Pin BB : 323BA756, +62 31 594 6404, +62 31 599 5578

FB : <http://www.facebook.com/humas.narotama>

Blog : <http://humas.narotama.ac.id>

Kita semua tahu Public Relations (PR) lebih daripada sekedar mengirimkan rilis atau konferensi pers mengenai kampanye produk/layanan suatu perusahaan. Tidak ada yang mau terjebak untuk terus menerus melakukan hal yang sama berulang-ulang, apalagi meniru langkah yang sudah dilakukan para kompetitor, karena tentunya kita ingin lebih sukses.

Lalu, apa saja kira-kira yang perlu diperhatikan untuk menciptakan kampanye Public Relations (PR) yang sukses? Berikut 5 tips yang mungkin dapat membantu Anda dalam memformulasikan kampanye selanjutnya.

#### 1. Be SMART

Tidak hanya pemikiran cerdas dan logis yang diperlukan, tetapi Anda juga perlu berpegang pada pedoman S.M.A.R.T (*Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Timely*). Ini dapat membantu dalam menentukan tujuan yang ingin dicapai dan memastikan bahwa tujuan Anda tersebut relevan dan terkait dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.

#### 2. Be Educated

Selalu bekali diri dengan pengetahuan terbaru mengenai target market, industri dan pesaing Anda. Anda perlu tahu apa dan bagaimana target pasar Anda sehingga Anda dapat menciptakan dan menyampaikan pesan yang benar-benar dapat berbicara kepada mereka. Anda perlu tahu seperti apa keadaan di industri supaya dapat menciptakan dengan pasti produk/layanan yang dibutuhkan dan membantu Anda mengidentifikasi pasar *niche* yang menguntungkan.

#### 3. Be creative

Kreatif bukan sekedar memikirkan hal-hal dengan cara yang berbeda, tetapi menjadi berbeda. Lakukan cara yang berbeda dengan yang biasa Anda lakukan. Keberhasilan suatu Public Relations (PR) *Campaign* yang lalu, tidak menjamin formula serupa akan mengulang kesuksesan yang sama apalagi lebih. Cobalah membuat rencana baru untuk setiap campaign baru dan pastikan untuk memasukkan dua karakteristik di atas dalam membuat rencana yang relevan dan efektif.

#### 4. Be integrated.

Integrasikan diri Anda di dalam kehidupan pelanggan Anda. Ketika mereka



E-mail : [marketing@narotama.ac.id](mailto:marketing@narotama.ac.id) & [marketing\\_narotama@yahoo.co.id](mailto:marketing_narotama@yahoo.co.id)

Pin BB : 323BA756, +62 31 594 6404, +62 31 599 5578

FB : <http://www.facebook.com/humas.narotama>

Blog : <http://humas.narotama.ac.id>

datang dengan pertanyaan, komplain, atau hanya ingin menghubungi Anda, cobalah untuk benar-benar menjawab kebutuhan mereka dan berinteraksi langsung dengan mereka. Hal lain yang perlu diperhatikan: integrasi antara rencana Anda serta tim di dalam kampanye Public Relations (PR), supaya tercipta cetak biru yang sinergis dan kolaboratif.

5. Be attentive.

Pantau selalu *Word Of Mouth* (WOM), sadari apa yang terjadi di dunia *online* dan apa yang dikatakan tentang dan kepada Anda. Ini adalah cara mudah untuk mencegah dan meredakan krisis, bahkan lebih baik lagi, Anda dapat membuat pelanggan setia merasa seperti Anda mengenal mereka dan menghargai mereka. Ini juga bagian dari *be educated*, tahu apa yang pelanggan Anda inginkan sehingga Anda dapat melayani mereka. Juga menyadari persaingan Anda dan apa yang kompetitor lakukan, ini bisa menyelamatkan Anda dari lonjakan pelanggan yang berpaling. Yang paling penting, perhatikan dengan seksama setiap perubahan dan efektivitas dari kampanye Anda. Apakah Anda sukses? Apakah Anda memenuhi tujuan Anda? Ukur hasilnya dalam cara apa pun yang Anda lihat cocok, pastikan bahwa Anda mengetahui apa yang terjadi.

Hal yang tidak kalah penting dari aspek Public Relations (PR) di atas adalah *Media Relations*. Perlakukan media seperti Anda memperlakukan pelanggan Anda, media memiliki peran integral dalam kesuksesan Anda dengan pelanggan. Ketahui bagaimana cara menghargai mereka seperti Anda menghargai pelanggan Anda. Jika tidak, mereka tidak punya cukup alasan untuk mengangkat berita Anda atau menceritakan kampanye Anda.

Terakhir, bukan merupakan ide yang buruk untuk berkonsultasi dalam perencanaan kampanye Anda. Ingat bahwa ada orang yang telah melakukan ini sebelumnya yang bersedia untuk membantu Anda untuk memberikan saran atau bahkan bantuan perencanaan. Memang memerlukan tambahan biaya, tetapi bukankah masih lebih baik membayar sebuah perencanaan yang baik daripada mengeluarkan biaya untuk meredakan krisis?

Banyak hal yang masih kurang dalam bahasan ini, semoga dapat bermanfaat bagi pembaca. Amin.



E-mail : [marketing@narotama.ac.id](mailto:marketing@narotama.ac.id) & [marketing\\_narotama@yahoo.co.id](mailto:marketing_narotama@yahoo.co.id)

Pin BB : 323BA756, +62 31 594 6404, +62 31 599 5578

FB : <http://www.facebook.com/humas.narotama>

Blog : <http://humas.narotama.ac.id>

Sumber : <http://publicrelationsblogger.com/2010/07/5-tips-for-successful-public-relations.html>

Beberapa sumber