CYBER PR (PR On The Net Challenge)

Di era sosial media begitu pesat, suka atau tidak hal ini mempengaruhi cara kerja praktisi Public Relation (PR) masa kini. Dengan tiga arah perkembangan komunikasi yaitu adanya interaktivitas, konektivitas dan multimedia sehingga munculnya sosial media membuat PR tidak lagi berkutat dengan press release yang mengedepankan bahasa formal. Perkembangan teknologi membuka mata praktisi PR dalam kegiatannya yang dituntut lebih terbuka, kreatif, gabungan komunikasi yang terintegrasi (IMC) dan juga membangun reputasi perusahaan sekaligus menjaga pasaran.

Workshop 2 hari CYBER PR akan memberikan wawasan bagaimana seorang PR memerankan perannya dalam perkembangan tehnologi dalam pekerjaannya? Bagaimana seorang PR dapat lebih influencer dalam berkomunikasi di dunia maya?

MATERI

1. PR & INTERNET

   Penjelasan tentang perkembangan dan pengaruh teknologi informasi & komunikasi bagi profesi dan pekerjaan PR, termasuk tentang NETIQUETTE dan UU ITE

2. PR & CORPORATE WEBSITE

   Peran PR dalam pengadaan dan pemeliharaan setiap corporate website, dan manfaat bagi pekerjaan PR sehari-hari.

3. ONLINE COMMUNITY

   Berbagai jenis komunitas maya yang ada dan manfaat bagi pekerjaan PR

4. ONLINE MEDIA

   Penjelasan berbagai media yang banyak dipergunakan, mulai dari email(mailing list) Social Media, Instant Messanging, Visual Messaging, dlsb.

5. ONLINE PROMOTION

   Tentang berpromosi lewat internet, memilih pola dan media yang tepat, menyesuaikan dengan khalayak sasaran

6. ONLINE PUBLICATION

   Penjelasan tentang e-Zine, e-Newsletter dll. Dan perkembangan e-Publication

7. SEARCH ENGINE

   Memanfaatkan search engine secara benar dan tepat, beberapa pencarian yang spesifik

8. DISKUSI & CONTOH-CONTOH
   Mendiskusikan beberapa contoh yang ada.

MarComm INSTITUTE

Komplek Kejaksaan, Jl. Cipunegara Raya No A1-7, Ciputat – Tangerang Selatan
T. 021 – 7442890 – 91 F. 021 – 7442892
E. marcomminstitute@yahoo.com W. www.marcomminstitute.com

PESERTA

- Praktisi Corporate PR/ Marketing PR
- Marketing Communication
- Corporate Secretaries
- Humas/ PR organisasi Profesi

TEMPAT & WAKTU

Waktu : Pkl. 09.00 s/d 17.00 WIB
Tempat : Amoz Cozy Hotel, Melawai - Jakarta Selatan
Investasi : Rp. 3.500.000,- / Peserta
(Biaya sudah termasuk Lunch2x, Coffee/Tea Break 2x, Training kit & Sertifikat)

NARASUMBER

J.L. Nawan

Adalah seorang konsultan, praktisi dan akademisi senior Event Organizer dan Public Relations. Saat ini, selain kesibukan sebagai konsultan, dosen di Interstudy Indonesia, beliau juga aktif mengisi seminar & training yang erhubungan dengan EO & PR

MarComm
INSTITUTE

POWERFUL SKILLS FOR PR PRACTITIONERS

Salah satu kunci keberhasilan organisasi atau perusahaan dalam menjalankan segala aktivitasnya adalah dukungan dari public. Dalam konteks ini, Public Relations sebagai fungsi manajemen semakin di rasakan manfaatnya untuk meraih dukungan public, baik public internal maupun public eksternal dari organisasi tersebut.

Melihat dampak dari aktivitas seorang PR, semakin memperjelas pentingnya strateginya PR
(Public Relations) dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu kami mendesain secara khusus Training "POWERFUL SKILL FOR PR PRACTITIONERS" ini untuk memberikan pengetahuan , skills, tips dan strategy dalam menjalankan aktifitas PR di era Global.

RUNDOWN ACARA

SESI	MATERI	PENJELASAN	WAKTU
1	PR in Company /Organizer	• PR Dept vs PR Consultant • Peran & Fungsi PR Dept	Day #1 09.00-10.30
2	Internal & External PR	• PR Dept di sebuah perusahaan/organisasi, kedudukannya, personilnya, pembagian kerja, dan hubungan antara bagian maupun external	Day #1 11.00-12.30
3	Media Relations	• Apa Media Relations, hak dan kewajiban • Pola kerja dan manfaat bagi perusahaan	Day#1 13.30-15.00
4	PR Writing Skill	• Penjelasan umum tentang PR Writing Skill bagi Praktisi PR	Day #1 15.30-17.00
5	Marketing PR	• Apa Marketing PR, bedanya dengan Corporate PR, peran dan fungsi Marketing PR dan kaitannya dengan Customers Relation, termasuk pemanfaatan internet	Day #2 09.00-10.30

Marcomm INSTITUTE

Komplek Kejaksaan, Jl. Cipunegara Raya No A1-7, Ciputat – Tangerang Selatan
T. 021 – 7442890 – 91 F. 021 – 7442892
E. marcomminstitute@yahoo.com W. www.marcomminstitute.com

6	Government & Community Relation	• Penjelasan umum tentang Government Relations dan Community Relations, termasuk masalah CSR dan hubungan dengan PR	Day #2 11.00-12.30
7	Event Management For PR	• Penjelasan umum tentang Event Management sebagai salah satu perangkat program kerja PR di perusahaan /organisasi	Day #2 13.30-15.00
8	Lobbying & Negotittion	• Teknik Lobby dan Negosisi secara umum	Day #2 15.30-17.00
9	Crisis Management For PR	• Pemahaman tentang Crisis management dan kaitannya dengan PR	Day #3 09.00-10.30
10	PR Work Plan	• Perencanaan kerja PR di perusahaan • Bagaimana menyusun perencanaan kerja tahunan perusahaan/organisasi	Day #3 10.45-15.15(diselingi waktu shalat jum'at dan makan siang)
11	Perfect PR For Individual	• Tentang pola sikap dan budaya kerja seorang PR • Termasuk masalah Professionalism & Personality	Day #3 15.30-17.00

Marcomm INSTITUTE

PESERTA

- Public Relations Perusahaan/Organisasi
- Staf Public Relations
- Marketing Communications
- Sekretaris

TEMPAT & WAKTU

Waktu : Pkl. 09.00 s/d 17.00 WIB
Tempat : Amos COZY Hotel
Melawai - Jakarta Selatan

BIAYA

Rp. 4.500.000,- / Peserta
(Biaya sudah termasuk Lunch3x, Coffee/Tea Break6x, Training kit & Sertifikat)

NARASUMBER

J.L.Nawan & Team
Adalah seorang konsultan, praktisi dan akademisi senior Event Organizer dan Public Relations. Saat ini, selain kesibukan sebagai konsultan, dosen di Interstudi Indonesia, beliau juga aktif mengisi seminar & training yang berhubungan dengan EO & PR.

MarComm
INSTITUTE

EVENT MANAGEMENT

Merupakan skill khusus yang harus dimiliki oleh mereka yang mempunyai tanggung jawab untuk mensukseskan sebuah event. kemampuan ini mutlak, karena skill ini perpaduan dari beberapa bidang : seperti management, keuangan, produksi,Dll. Dalam perusahaan, event sangat di butuhkan terutama untuk meperkenalkan dan mempromosikan produk hingga sebagai sarana peningkatan citra perusahaan.

TUJUAN

Dalam pelatihan dua hari ini peserta akan di berikan pemahaman secara mendalam tentang aspek-aspek yang di perlukan dalam mengelola suatu event, mulai dari pengenalan event, planning, budgeting, eksekusi event, pembekalan skill khusus dalam menyusun content dan proposal event hingga teknik memilih dan bekerja sama dengan event organizer.

MATERI BAHASAN

- EVENT MANAGEMENT
- NON COMMERSIAL & CORPORATE EVENT
- COMMERSIAL EVENT
- LEGAL ASPECT, EVENT RISK & CROWD MANAGEMENT
- HOW TO PROMOTE YOUR EVENT
- UNDERSTAND YOUR SPONSORS BETTER
- EVENT BUDGETING
- EVENT PROPOSAL & PRESENTATION

PESERTA

- Marketing & Promosi Office
- Marketing Communication
- Public Relations
- Banquet Hotel & Sales Promo Hotel
- Manajemen Artis
- Serta mereka yang berhubungan langsung dengan Event Organizer

TEMPAT

Waktu : Pkl. 09.00 s/d 17.00 WIB
Tempat : Amoz Cozy Hotel
Melawai - Jakarta Selatan

BIAYA

Rp. 3.500.000,- / Peserta
(Biaya sudah termasuk Lunch2x, Coffee/Tea Break2x, Training kit & Sertifikat)

MarComm INSTITUTE

Komplek Kejaksaan, Jl. Cipunegara Raya No A1-7, Ciputat – Tangerang Selatan
T. 021 – 7442890 – 91 F. 021 – 7442892
E. marcomminstitute@yahoo.com W. www.marcomminstitute.com

NARASUMBER

J.L.Nawan

Adalah seorang konsultan, praktisi dan akademisi senior Event Organizer dan Public Relations. Saat ini, selain kesibukan sebagai konsultan, dosen di Interstudy Indonesia, beliau juga aktif mengisi seminar & training yang berhubungan dengan EO & PR

MarComm
INSTITUTE

PR WRITING PRACTICE

Teknik penulisan HUMAS (Public Relations Writing) adalah keterampilan menulis (Writing Skill) Khas Humas/PR dalam menghasilkan naskah-naskah yang di perlukan untuk kepentingan pencitraan positif dan popularitas perusahaan/organisasi.
Untuk menghasilkan naskah yang baik (good writing), humas/PR harus memiliki keterampilan layaknya seorang kawakan/wartawan, seperti pemahaman tentang gaya bahasa yang tepat, pemakaian istilah yang sesuai, nilai berita (news values), bahasa jurnalistik (language of mass communications), kode etik jurnalistik, pembobotan tulisan, content & context dan sebagainya.

MATERI BAHASAN

- DASAR-DASAR TEKNIK PENULISAN (Konvensional vs Online : Commercial vs NonCommercial)
- SPEECH & BUSINESS PRESENTATION
- COMPANY PROFILE & ANNUAL REPORT
- HOUSE JURNAL, BULLETIN, NEWSLETTER, OFFICE JOURNAL & CORPORATE MAGAZINE
- PRESS RELEASE, NEWS RELEASE,PRESS KIT
- ADVERTORIAL & SPONSORED ARTICLE
- PROMOTION PRINTING MATERIALS
- DISKUSI/STUDI KASUS/PEMBAHASAN CONTOH-CONTOH KONVENSIONAL & ONLINE

PESERTA:

• Praktisi Corporate PR / Marketing PR
• Praktisi Marketing Communication
• Corporate Secretaries
• Dan mereka yang langsung terkait dengan kegiatan PR

TEMPAT

Waktu : Pkl. 09.00 s/d 17.00 WIB
Tempat : Amoz Cozy Hotel
Melawai - Jakarta Selatan

BIAYA

Rp. 3.500.000,- / Peserta
(Biaya sudah termasuk Lunch2x, Coffee/Tea Break2x, Training kit & Sertifikat)

NARASUMBER :

J.L.Nawan
Adalah seorang konsultan, praktisi dan akademisi senior Event Organizer dan Public Relations. Saat ini, selain kesibukan sebagai konsultan, dosen di Interstudy Indonesia, beliau juga aktif mengisi seminar & training yang berhubungan dengan EO & PR

MarComm INSTITUTE

Komplek Kejaksaan, Jl. Cipunegara Raya No A1-7, Ciputat – Tangerang Selatan
T. 021 – 7442890 – 91 F. 021 – 7442892
E. marcomminstitute@yahoo.com W. www.marcomminstitute.com

Prasetyohadi Prayitno (Pras)
Adalah seorang konsultan ,praktisi dan akademisi senior Public Relations, saat ini beliau juga aktif mengisi seminar & training yang berhubungan dengan PR

MarComm
INSTITUTE

POWERFULL SKILLS FOR MARKETING COMMUNICATIONS

Marketing Communication merupakan sebuah langkah strategis dalam penentuan kesuksesan penjualan. Banyak sekali aspek yang perlu dipersiapkan; mulai dari pembuatan budget hingga langkah-langkah strategis untuk memastikan keberhasilan dalam penjualan produk.

Tiga tugas besar marketing communication diera persaingan bisnis yang sangat kompetitif seperti sekarang ini adalah menjaga dan meningkatkan kualitas komunikasi antara perusahaan dengan customernya, perusahaan dengan komunitasnya dan perusahaan dengan internalnya. Dimana hal tersebut mempunyai tujuan akhir dari segala aktivitasnya yaitu menjadikan komunikasi perusahaan lebih baik dan lebih efektif khususnya yang berkaitan langsung dengan marketing dan promosi.

MATERI BAHASAN

- BASIC & PRINCIPLE MARKETING COMMUNICATION
  - ✓ What a Marketing Communication
  - ✓ Principle in Marketing Communication
  - ✓ Element and Structure Marketing Communication

- SMART COMMUNICATION IN MARKETING COMMUNICATION
  - ✓ Communication Principle
  - ✓ Knowing Communication Product
  - ✓ Styling Communication in Marketing Communication
  - ✓ How to Communication with Customers

- STRATEGIC IN MARKETING COMMUNICATION
  - ✓ How to Creat BluePrint Strategy in MarComm
  - ✓ Budgeting Plan in MarComm
  - ✓ Knowing Weakness Factor in MarComm
  - ✓ How to Minimize Risk in Marcomm
  - ✓ Knowing Communication Target and Establish Appropriate Forms of Communication
  - ✓ Techniques to the Termine Appropriate Promotion Mix
  - ✓ Evaluation Marketing & Promotion Result

- MUST BE CREATIVE IN MARKETING COMMUNICATION
  - ✓ How to Creat Strategic Plan in MarComm
  - ✓ How to Operational & Managerial IMC
  - ✓ Tips How Execution ATL & BTL Activities
  - ✓ Networking with Media, Advertising & EO Agency, Vendor, dll.
  - ✓ Creative Thinking for Marketing Communication

MarComm INSTITUTE

Komplek Kejaksaan, Jl. Cipunegara Raya No A1-7, Ciputat – Tangerang Selatan
T. 021 – 7442890 – 91 F. 021 – 7442892
E. marcomminstitute@yahoo.com W. www.marcomminstitute.com

• PSYCHOLOGY COMMUNICATION
  - ✓ Knowing Human Basic Emotion
  - ✓ Psychology in Marketing and Communication

TUJUAN WORKSHOP

1. Mampu membuat Strategi Marketing Communication
2. Memahami teknik menghitung dan membuat anggaran Marketing Communication
3. Mampu meng-Create pesan serta mengelola delivery-nya dengan efektif
4. Mampu meningkatkan kinerja operasional dan fungsi Marcomm lebih efektif dan optimal
5. Mampu menjalankan aktivitas Below the Line & Above the Line dengan baik
6. Mampu meningkatkan kemampuan membina hubungan dengan pihak luar yang berkaitan dengan tugas dan aktifitas MarComm

PESERTA WORKSHOP

Mereka yang berkecimpung dalam bidang :
• Marketing Communication
• Manager Marketing
• Marketing
• Brand Development
• Promotion
• Public Relation

NARASUMBER

Jefry Yamin
(Konsultan dan Praktisi Senior MarComm)

BIAYA

Rp. 3.500.000,- / Peserta
(Biaya sudah termasuk Lunch2x, Coffee/Tea Break2x, Training kit & Sertifikat)

MarComm INSTITUTE

Komplek Kejaksaan, Jl. Cipunegara Raya No A1-7, Ciputat – Tangerang Selatan
T. 021 – 7442890 – 91 F. 021 – 7442892
E. marcomminstitute@yahoo.com W. www.marcomminstitute.com

CORPORATE EVENT MANAGEMENT

Corporate Event Management adalah pengetahuan/ketrampilan (skill) tentang manajemen (pengelolaan) penyelenggaraan acara-acara (events) keperluan korporat/perusahaan (corporate), termasuk organisasi, institusi, lembaga dan sejenisnya.

Corporate Events seringkali diremehkan para penyelenggaranya dan dianggap mudah pelaksanaannya. Padahal ada tanggung jawab yang sangat beresiko di sana, yakni citra (image) perusahaan/organisasi yang menjadi host/owner acara tersebut. Penyelenggara bertanggung jawab menjaga citra tersebut tanpa terkecuali. Siapapun yang menjadi penyelenggara acara tersebut !

Di samping itu masih ada aspek-aspek budaya perusahaan (corporate culture), nilai bersama kelompok (community collective values), budaya kerja personil perusahaan (working culture), jejaring perusahaan di dalam industri (corporate & business network), dan aspek yang sangat perlu memperoleh perhatian ... apa saja program korporat yang diperlukan (corporate program).

SILABUS

- BACKGROUND – sifat-sifatnya, khalayak sasaran, budaya perusahaan, community collective values & budaya kerja
- PROJECT MANAGEMENT – aspek-aspek siklus perencanaan, penganggaran, program dan proses pengembangan, termasuk life cycle corporate event
- INTERNAL PURPOSE CORPORATE EVENTS – RUPS, RKT, dealers meeting, in-house training, employee's gathering, dll
- EXTERNAL PURPOSE CORPORATE EVENTS – press conference, product launching, open house, appreciation reward, dll
- COMMERCIAL INSTITUTION (COMPANIES) vs NON-PROFIT INSTITUTION (ORGANIZATION/ASSOCIATION) - tingkat kemudahan dan kesulitan, problema di operasional
- BUDGETING IN CORPORATE EVENT – keterbatasan, menghitung mundur (Z-to-A), kesulitan menghadirkan sponsor
- CORPORATE EVENT PROGRAMME (I) – Study Case
- CORPORATE EVENT PROGRAMME (II) – Study Case

NARASUMBER

J.L. Nawan
(Praktisi PR& Akademisi Senior Event Organizer)

BIAYA

Rp. 3.500.000,- / Peserta
(Biaya sudah termasuk Lunch2x, Coffee/Tea Break2x, Training kit & Sertifikat)

Komplek Kejaksaan, Jl. Cipunegara Raya No A1-7, Ciputat – Tangerang Selatan
T. 021 – 7442890 – 91 F. 021 – 7442892
E. marcomminstitute@yahoo.com W. www.marcomminstitute.com