



JAKARTA INTERNATIONAL CUSTOMER SERVICE INSTITUTE

**Customer Service Training and Quality Support
2 Days Training**



CORPORATE COMMUNICATIONS

OVERVIEW



The quality of business communications has become poorer in recent years as people avoid phone calls and face-to-face meetings, I can only assume, in some misguided quest for efficiency.

— Richard Branson —

Komunikasi adalah salah satu hal penting dalam kehidupan manusia, demikian juga halnya dengan lingkungan perusahaan. Corporate communication atau komunikasi perusahaan bisa jadi adalah kunci dari hal tersebut. Terlebih, saat ini dunia tengah terus berkembang. Oleh karena itu, peran corporate communication menjadi sangat penting untuk kemajuan dari perusahaan. Terkait dengan komunikasi perusahaan, umumnya orang lebih mengenal posisi public relations atau humas. Meski demikian, seiring perkembangan zaman keberadaan posisi corporate communication semakin dibutuhkan.

Seperti digambarkan bahwa corporate communication memegang peran penting dalam bagaimana sebuah perusahaan digambarkan di mata investor, karyawan, dan masyarakat umum.

Menurut Northeastern University, corporate communication adalah cara di mana perusahaan berkomunikasi dengan beragam audiens, baik itu internal maupun eksternal.

Tentunya audiens ini sendiri sangat bervariasi. Umumnya elemen yang disasar adalah pelanggan atau pelanggan potensial, karyawan, stakeholder penting seperti investor, media, khalayak umum, dan juga pemerintah.

Selain itu, corporate communication bertanggung jawab untuk menangani berbagai macam kasus atau krisis atau masalah pada perusahaan. Dan juga berperan dalam komunikasi di bidang marketing.

Corporate communication adalah sebuah wadah atau sarana dalam berkomunikasi baik internal atau eksternal. Kedua hal ini tidak boleh dianggap sebagai dua hal yang terpisah. Komunikasi eksternal dan internal harus berjalan beriringan agar tujuan bersama dapat terpenuhi.

Selain untuk menyatukan komunikasi di perusahaan, ada juga beberapa fungsi penting corporate communication, di antaranya adalah : Branding perusahaan, Komunikasi krisis, Berbagi informasi, Tanggung jawab perusahaan, Memperbaiki produktivitas pegawai.

PROGRAMME OUTCOMES

Mampu untuk mencapai tingkat kompetensi yang lebih tinggi dalam Corporate Communications

Mampu untuk mengenali fungsi dan potensi peran Corporate Communications dan Mampu untuk memahami strategi dan persyaratan untuk Komunikasi Krisis



Mampu untuk memberikan masukan secara real-time mengenai komunikasi lisan dan digital yang selaras dengan standar komunikasi global

Mampu untuk mengkomunikasikan ide dengan lancar tentang topik apa pun serta Mampu untuk memulai percakapan, memberikan pendapat, menanggapi pertanyaan wawancara, dan membangun hubungan

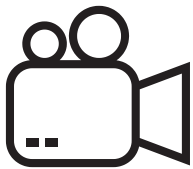


WHO IS THIS PROGRAMME FOR?

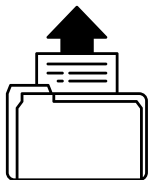
The programme is ideal for:

- Manajer Sumber Daya Manusia dan Eksekutif yang bertanggung jawab atas Corporate Communications dan Bisnis
- Manajer, Sekretaris, dan Ketua Tim yang berperan sebagai penanggung jawab yang berhadapan langsung dengan pelanggan
- Eksekutif administrasi yang bertanggung jawab untuk berkomunikasi dengan berbagai sektor organisasi internal dan klien
- Eksekutif yang mencari perubahan peran di bidang Corporate Communications
- Kepala staf pengajar, pendidik, dan administrator yang bertanggung jawab untuk berinteraksi dengan siswa, wali murid, dan lembaga eksternal
- Pejabat pemerintah yang bertanggung jawab atas komunikasi dan administrasi di sektor pemerintahan
- Staf rumah sakit, staf pendukung di kamp sukarelawan dan fakultas yang berkomunikasi dengan pemangku kepentingan eksternal
- Profesional lainnya yang berjuang untuk menjadi yang terbaik dalam Corporate Communications

PROGRAMME HIGHLIGHTS



**2+ Role Plays 5+ Real-World Case Studies 10+ Assignments/
Applications Pre-Recorded Video from JICSI with for self-
paced learning.**



**10+
Assignments/
Applications**



**5+
Real-World
Case Studies**



**2+
Role Plays**



MODULES

Module 1 : An Introduction to Corporate Communication

Module 2 : Behaviours & Communication Styles

Module 3 : Types of Business Information

Module 4 : Internal Communication (Part – I)

Module 5 : Internal Communication (Part – II)

Module 6 : External Communication (Part I)

Module 7 : Crisis Communication

Module 8 : Presentation and Public Speaking



PROGRAMME DETAILS



Duration & Format:
2 Days x 8 Hours



Programme Fee:

Ask Our Customer
Service



Programme Starts:
Coming Soon



CERTIFICATE

Upon successful completion of the programme, participants will be awarded a digital Certificate of Completion by Jakarta International Customer Service Institute (JICSI) and Customer Service Experience Association Indonesia (CSEAI)



ABOUT JAKARTA INTERNATIONAL CUSTOMER SERVICE INSTITUTE

Jakarta International Contact Center Institute adalah suatu lembaga pelatihan dan pengadaan sumber daya manusia yang berfokus pada customer service professional dan lembaga survey kepuasan pelanggan.

Kami berorientasi pada pelanggan dimana kepuasan pelanggan adalah tujuan keberadaan kami. Kami hadir untuk pelanggan. Adapapun JICSI berdiri secara legal pada Januari tahun 2021.

Professional Training

JICSI telah melatih lebih dari 2300 peserta dan telah bekerja di berbagai perusahaan dengan keahlian mereka yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan

Recruitment Agency

Sebelum JICSI mengirimkan tenaga yang terampil sesuai dengan yang dibutuhkan oleh perusahaan, JICSI benar- benar telah melakukan pelatihan, pembinaan dan telah lolos seleksi test yang dilakukan oleh Rumah Karir JICSI

Survey Customer Satisfaction

JICSI memiliki Survei kepuasan pelanggan sebagai alat berharga yang dapat membantu bisnis untuk menemukan tingkat kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Core Value



Respect.

Kami selalu menghargai perbedaan setiap orang dan mengajak pelanggan kami untuk selalu berpartisipasi untuk memberikan masukan demi meningkatnya kualitas layanan yang akan kami berikan kepada pelanggan kami.



Honesty.

Kami selalu menjunjung akan kebenaran dalam semua situasi dan selalu mengedepankan profesionalisme yang kami miliki.



Trust.

Kami percaya kepada orang lain dan menjaga kepercayaan yang diberikan kepada kami.



Integrity.

Kami melakukan apa yang kami katakan.



Our Service.

Customer Service Training
Manpower & Recruitment Customer Service Agency
Customer Satisfaction Survey

TESTIMONI



PT Indosat Ooredoo

Training Data Visualization

[Lihat Video >>](#)



PT Indosat Ooredoo

Training Certified Contact Center Manager (CCCM)

[Lihat Video >>](#)



PT Freeport Indonesia

Training Customer Service Professional HR Call Center

[Lihat Video >>](#)

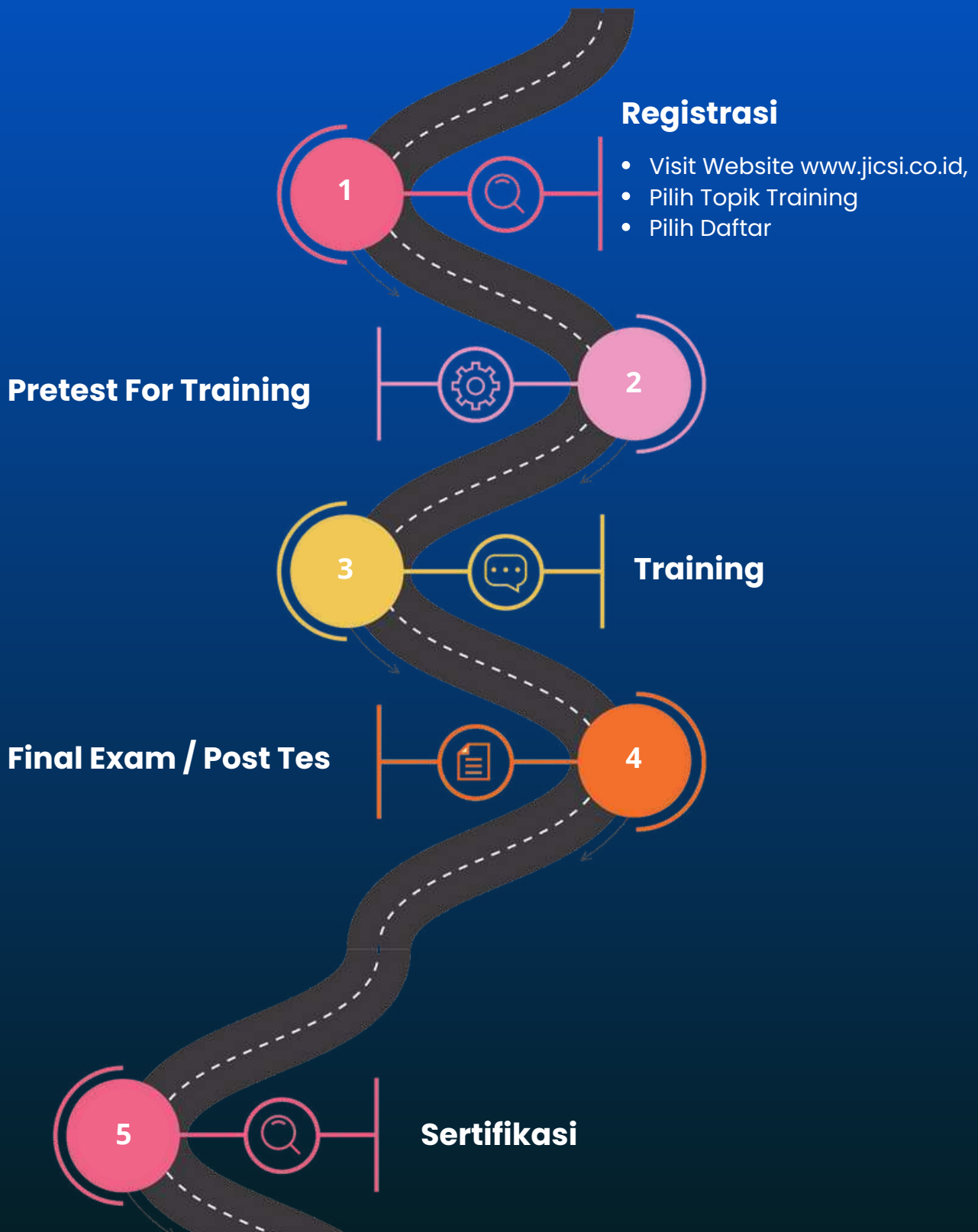


OY! Indonesia

Training Contact Center Agent Professional

[Lihat Video >>](#)

LEARNING JOURNEY



MESSAGE FROM FOUNDER

Rudy HP Manullang ,Ph.D

Founder JICSI



Sekitar 20 tahun yang lalu sebelum JAKARTA INTERNATIONAL CUSTOMER SERVICE INSTITUTE (JICSI) didirikan, saya memperkirakan bahwa peran Customer Service semakin dibutuhkan. Saya yakin betul bahwa Customer Service tidak hanya ditampilkan sebagai frontliner akan tetapi di semua lini organisasi dan akan menjadi inti dari strategi dan tujuan perusahaan. Nyatanya tahun demi tahun berlalu semakin jelas bahwa peran Customer Service dalam suatu organisasi semakin berkembang dan semakin dibutuhkan.

Jika sebelumnya organisasi pemenang dikatakan sebagai organisasi yang mampu memberikan kualitas produk yang premium dengan harga murah telah cukup menjadi senjata pamungkas suatu organisasi untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya dengan harapan meningkatkan profit atau keuntungan. Tapi tunggu dulu, sekarang jaman telah berubah. Ekspektasi pelanggan pun berubah, harga murah dan kualitas premium belum cukup di mata pelanggan.

Harapan pelanggan terhadap layanan tidak akan pernah konstan. Nah di sinilah inti dari pentingnya pelatihan-pelatihan customer service yang selalu Up-date bagi perusahaan, sehingga muncul lah konsep baru yang terkait dengan layanan seperti Customer Oriented, Journey Oriented, Customer Centric, Experience Oriented, dan Experience Centric. Akan banyak strategi-strategi baru yang berpusat pada customer.

Bagaimana dengan karir Customer service kedepannya?

Seiring dengan berkembangnya teknologi di masyarakat saat ini, maka perkembangan karir customer service juga akan lebih dinamis. Posisi puncak di organisasi akan diminati oleh para pemilik bisnis dengan latar belakang Customer Service karena mereka menyadari bahwa jantung dari suatu perusahaan adalah pelanggan itu sendiri.

Oleh karena itu JAKARTA INTERNATIONAL CUSTOMER SERVICE INSTITUTE (JICSI) telah mengantisipasi setiap pergerakan dan arah keinginan pelanggan saat ini, sehingga mempermudah bagi perusahaan untuk memetakan strategi bisnis ke depan dan mampu merebut hati pelanggan sebanyak-banyaknya melalui persiapan pelatihan yang dikemas sesuai dengan tuntutan pelanggan

Saya Rudyanto HP Manullang Ph.D selaku CEO & Founder JAKARTA INTERNATIONAL CUSTOMER SERVICE INSTITUTE (JICSI), mengajak teman-teman untuk mewujudkan pelayanan pelanggan yang terdepan, untuk menjadi perusahaan pemenang di tengah persaingan yang super ketat ini.

Salam perubahan

OUR CLIENT





**Jakarta International
Customer Service Institute**

Persyaratan

- Semua tingkat akademik diperbolehkan
- Pengalaman kerja
- Koneksi internet yang stabil (untuk peserta online)

Silahkan kirim berkas dokumen ke
email: **marketing@jicsi.co.id**

LOKASI

Kantor 1

Jl Nusa Dua Blok A6 No.3 Perumahan
Citragran Cibubur

Kantor 2

Jl Jatayu IV C Komplek Taman Harapan
Indah Blok P No 11 Jelambar Baru Grogol
Jakarta Barat

HUBUNGI KAMI

P: (021) 21284114

M:0858-833-833-83

E:marketing@jicsi.co.id



@Jicsi Jaya



@Jicsi_official



@Jisi Official



@Jakarta International Customer Institute

