



JAKARTA INTERNATIONAL CUSTOMER SERVICE INSTITUTE

Customer Service Training and Quality Support



CRISIS MANAGEMENT IN PUBLIC RELATIONS

OVERVIEW

The secret of crisis management is not good vs. bad, it's preventing the bad from getting worse.

Andy Gilman

Dengan membayangkan hal ini :

Membangkitkan semangat karyawan untuk liburan tahunan di perusahaan adalah hal yang sangat dinantikan. Namun, jangan biarkan semua orang tidak sabar untuk bersenang-senang dengan menikmati berbagai aktivitas pengembangan tim sehingga tidak ada persiapan untuk memikirkan hal lain yang bisa berdampak buruk terhadap acara ketika semuanya fokus dengan kesenangan saja. Dimana acaranya dimulai besok dan dengan harapan tentunya semua detail acara di akhir pekan akan berjalan dengan lancar. Ada banyak aktivitas yang akan dilakukan di luar ruangan, ketika tiba-tiba badai menerjang, kepanikan pun muncul ! Karena terlalu fokus pada perencanaan acara, sehingga tidak memikirkan rencana cadangan untuk menghadapi cuaca buruk. Melakukan perubahan pun di menit-menit terakhir bisa jadi sangat mahal".

Apa pelajarannya? Menjadi pemimpin yang baik membutuhkan lebih dari sekadar sikap positif dan keterampilan komunikasi yang kuat. Dengan mengetahui bagaimana merencanakan momen baik dan buruk, maka akan terbangun kepercayaan tim dan menunjukkan kesiapan. Manajemen krisis adalah bagian penting dari setiap rencana bisnis. Tanpa itu, tim tidak akan siap ketika hal yang tidak terduga terjadi. Dalam panduan di bawah ini, kita akan membahas tentang apa itu rencana manajemen krisis dan bagaimana mempersiapkan perusahaan untuk menghadapi situasi yang tidak pasti.

DID YOU KNOW?

59%

59% of businesses have experienced a crisis, but only 54% of businesses have a plan in place to deal with them

22%

Research suggests that businesses are at risk of losing 22% of their business when potential customers find *just one* negative article on the first page of their search results.

OVERVIEW

“If you lose money for the firm, I'll be understanding. If you lose reputation, I'll be ruthless.”

Warren Buffett

Crisis Management In Public Relation menguraikan bagaimana bisnis akan bereaksi jika terjadi hal yang krisis. Rencana tersebut harus mengidentifikasi siapa yang akan mengambil tindakan dan apa peran mereka. Tujuan dari Crisis Management In Public Relation adalah untuk meminimalkan dampak negatif dan memulihkan operasi bisnis secepat mungkin. Rencana manajemen krisis adalah dokumen dinamis yang dapat dirujuk dan diperbarui oleh tim secara berkala. Ada banyak cara untuk membuat garis besar rencana, namun rencana krisis biasanya menyerupai daftar periksa. Ketika sebuah kejadian yang tidak terduga terjadi, tim dapat mencentang item-item yang perlu dilakukan untuk merespons krisis.

Tidak ada cara untuk mengetahui jenis krisis apa yang akan terjadi dan kapan. Namun, melakukan analisis risiko dapat memberikan gambaran umum tentang potensi ancaman yang mungkin dihadapi perusahaan.



65%

65% of CEOs say their companies have experienced a crisis in the past 3 years.

73%

73% believe they must face at least one crisis in the next 3 years.

Reputation Institute
CEO Survey 2020



SOURCE: PRNEWS/CS&A Survey, Oct. 2019 (200 responses)

PROGRAMME OUTCOMES

mampu untuk memberdayakan para profesional dengan pengetahuan dan informasi lengkap tentang Manajemen Krisis dalam Hubungan Masyarakat

Mampu meningkatkan kepercayaan diri dan pemahaman yang diperlukan untuk mengelola krisis secara efektif dan mengambil tindakan yang tepat pada waktunya



Mampu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melakukan peran dan tanggung jawab yang melibatkan manajemen reputasi organisasi, termasuk branding online

Mampu meyakinkan kesiapan dan perspektif untuk menangani masalah, mengidentifikasi tren dan menyusun rencana aksi untuk meminimalkan dampak negatif

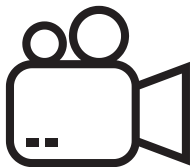


WHO IS THIS PROGRAMME FOR?

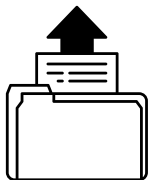
The programme is ideal for:

- Profesional pemasaran yang bertanggung jawab atas media sosial dan manajemen reputasi online
- Investor dan penasihat keuangan yang perlu memahami pentingnya dan ruang lingkup Manajemen Krisis dalam Hubungan Masyarakat untuk membantu dalam keputusan investasi
- Pembuat kebijakan dan profesional sumber daya manusia yang bertanggung jawab untuk membingkai kebijakan dan pedoman serta mendorong kepatuhan untuk berdampak positif terhadap visibilitas merek dan mengurangi risiko organisasi
- Anggota agensi branding yang mendukung organisasi dalam strategi dan rencana branding mereka
- Setiap profesional lain yang tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang Manajemen Krisis dalam Hubungan Masyarakat

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 : Types of Crises

Module 2 : Phases of Crisis Management

Module 3 : Crisis Phases Requiring Leadership Competencies

Module 4 : Leadership Role in Crisis Management

Module 5 : Components of Corporate Reputation

Module 6 : Importance of Reputation Management

Module 7 : Importance of Issues Management

Module 8 : Steps in Issues Management



PROGRAMME DETAILS



Duration & Format:
2 Days x 8 Hours



Programme Fee:

Hubungi Customer
Service Kami



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 >>](#)

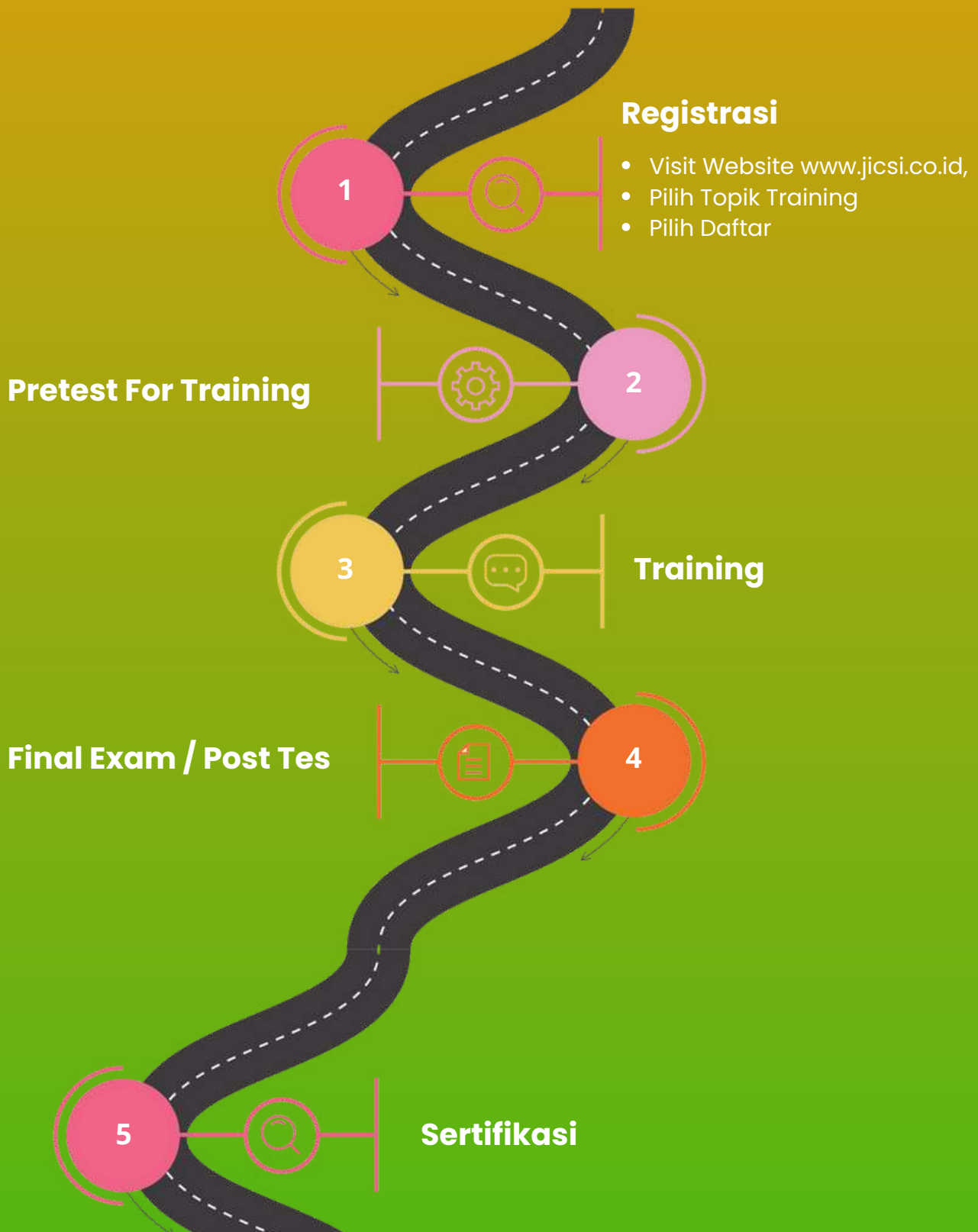


OY! Indonesia

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

