

PR Dalam Industri Makanan dan Minuman

PR dalam industri makanan dan minuman (Food & Beverages / F & B) mencakup berbagai fungsi dan ini tercermin dari sifat industri yang bervariasi dan cenderung menarik minat mereka yang tertarik pada makanan, makan di luar, diet sehat, dan memasak. Industri makanan dan minuman sangat beragam, seperti orang-orang yang terlibat di dalamnya, mulai dari makanan cepat saji yang sederhana hingga makanan gourmet. PR dalam industri ini sangatlah penting, tak hanya membantu membangun citra dan kesadaran merek, PR pada industri ini juga mampu menambah kredibilitas.

Saat perusahaan F&B menghadapi berbagai situasi yang buruk, mulai dari penarikan produk dan masalah keamanan pangan hingga praktik perdagangan yang tidak adil dan keluhan konsumen yang viral PR mampu melindungi reputasi merek. PR dalam industri ini melibatkan banyak bagian, mulai dari perencanaan dan pelaksanaan acara hingga penjangkauan media dan manajemen media sosial agar merek semakin dikenal oleh masyarakat luas. Lantas apa saja yang dapat dilakukan oleh PR pada industri ini? Berikut perencanaan strategis untuk membuat merek makanan dan minuman semakin dikenal.

1. Media Relations

Salah satu taktik paling umum untuk perusahaan hubungan masyarakat adalah menyebarkan cerita dan siaran pers ke media sehingga Anda bisa mendapatkan liputan yang luas dan beragam. Menyusun siaran pers yang mencakup pesan pemasaran utama dan semua detail yang dibutuhkan reporter untuk menceritakan tentang merek. Dalam industri makanan dan minuman, tentunya membangun citra sangatlah penting. Selain menyebarkan siaran pers, Anda dapat mengirim sampel produk makanan dan minuman kepada media atau mengundang mereka untuk merasakan langsung produk atau layanan. Dengan mencoba suatu produk, penulis dapat memasukkan ulasan otentik mereka dalam artikel yang relevan.

2. Media Sosial

Media sosial sangat penting untuk terlibat dengan konsumen dan membuat mereka berbicara tentang merek makanan dan minuman Anda. Bagikan konten yang menggiurkan di semua platform media sosial seperti Instagram, Twitter dan TikTok, blog, dan halaman web merek untuk mengkomunikasikan identitas merek secara efektif. Situs web merek, saluran media sosial, dan blog harus memiliki nama pengguna yang sama dan dirancang dengan pedoman merek Anda untuk membantu mengidentifikasi merek Anda sebagai bisnis yang kredibel. Gunakan suara yang konsisten dan konten yang bersih di semua platform komunikasi. Sertakan hashtag khusus di semua posting media sosial. Hal ini juga akan membantu memperluas jangkauan di luar jaringan Anda, terlibat dengan pengikut, dan meningkatkan kesadaran merek.

3. Berkolaborasi dengan Influencers

Influencer dapat menceritakan kisah merek Anda kepada pengikut media sosial mereka yang solid dengan keterlibatan yang kuat dan dipandang sebagai ahli dalam industri mereka. Tentunya hal ini dapat menjadi bagian dari strategi merek. Para ahli media sosial ini ahli dalam membuat konten dan

merupakan pemain utama dalam menciptakan buzz untuk merek makanan dan minuman. Merek dapat bekerja dengan influencer yang memiliki pengikut yang sesuai dengan target Anda. Bekerja dengan blogger makanan, influencer, dan jurnalis dapat meningkatkan kesadaran merek dan mengarahkan lalu lintas untuk merek Anda.

4. Mengadakan Event/Media Briefing

Mengundang media dan influencer dalam sebuah acara adalah cara yang bagus untuk memamerkan merek makanan dan minuman Anda. Ciptakan kesan yang menarik sehingga mereka mengenal produk atau merek Anda. Buatlah acara yang melibatkan mereka dengan produk secara langsung. Seperti mencicipi atau membuat makanan bersama. Ciptakan momen yang menyenangkan ini akan mendorong para tamu untuk menggali merek secara langsung atau mencari di media sosial dan melanjutkan percakapan secara online.

5. SEO

Manfaatkan SEO untuk menargetkan audiens yang tepat dan lebih cepat. Aturan yang sama berlaku untuk industri makanan dan minuman. Misalnya blog perusahaan dan salinan situs web harus melayani berbagai tujuan. Alasan yang jelas adalah untuk menginformasikan dan membuat konten yang bermanfaat, tetapi juga merupakan alat yang sangat baik untuk menarik pembaca dan pemirsa yang sesuai dengan target Anda.

(oleh Irianty, praktisi Public Relations – referensi dari berbagai sumber)