

## **Apa yang Membuat Kesuksesan Hubungan PR Agency dengan Klien?**

Istilah “Pelanggan selalu benar” mungkin cocok di dunia ritel, tetapi bisa menjadi sumber bencana di dunia Public Relations (PR). Pelanggan atau klien membutuhkan agensi PR karena mereka menginginkan pengalaman dan keahlian agensi PR untuk diterapkan dalam bisnis mereka, sehingga pelanggan atau klien tidak bisa mendikte segala yang agensi PR lakukan, tetapi tetap saja mereka adalah pelanggan sehingga agensi PR harus menemukan cara untuk membuat mereka senang.

Pernah bekerja dengan sejumlah klien selama beberapa tahun, berikut adalah beberapa tips kami untuk membangun hubungan yang sehat, sukses, dan berjangka panjang:

### **1. Menjadi Rekan Kerja**

Sama seperti hubungan apa pun, kedua pihak baik klien atau agensi harus menginvestasikan waktu untuk membuat hubungan ini berhasil. Klien dan agensi perlu menjadi dan bekerja sebagai tim untuk melakukan pekerjaan yang mengarah pada hasil. Berikan agensi PR akses ke Anda, tim Anda, dan bisnis Anda sebanyak mungkin, terutama saat awal ketika mereka mulai bekerja untuk Anda. Sebagai gantinya, agensi PR harus siap untuk menjawab pertanyaan dan menjelaskan apa yang akan mereka lakukan dan berikan untuk klien.

### **2. Perhatikan Detail Kecil**

Seringkali hal-hal kecil membuat banyak perbedaan – baik atau buruk – yang dapat memperkuat atau menghancurkan suatu hubungan. Kurangnya perhatian terhadap detail, komunikasi yang buruk, terlambat datang saat *meeting*, kekurangan anggaran adalah contoh hal-hal kecil tetapi dapat menyebabkan masalah besar. Sementara itu, mengingat detail kecil tentang klien juga dapat membantu membina hubungan positif dan mencerminkan bahwa agensi PR peduli terhadap klien dan bisnisnya.

### **3. Memberikan Janji dan Ekspektasi yang Realistis**

Agensi PR harus selalu memberikan apa yang sudah dijanjikan tetapi ekspektasi yang realistis harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum kampanye atau program PR dimulai. Pastikan apa yang sudah dijanjikan bisa terpenuhi. Jangan sampai agensi PR memberikan janji yang berlebihan namun tidak bisa memenuhinya sementara pihak klien sudah terlanjur memiliki ekspektasi yang tinggi. Lebih baik berkata jujur di awal soal kemampuan Anda meskipun itu bukan apa yang ingin didengar oleh klien.

### **4. Menjadi Mata dan Telinga Klien**

Agensi PR bekerja dengan klien untuk merumuskan strategi PR yang efektif dengan cara memantau seluruh lanskap seperti misalnya apa yang dilakukan oleh kompetitor, apa yang menjadi pembicaraan atau isu terkini di industri klien, ke mana arah pasar dari bisnis klien. Dengan demikian, agensi PR tidak hanya melaporkan liputan media yang menyebut nama klien, tetapi juga memberikan laporan secara menyeluruh termasuk apa yang dilakukan oleh kompetitor.

### **5. Memahami Apa itu PR dan Apa yang Bisa Dicapai**

Hal pertama yang harus dipahami, PR bukan pemasaran. PR tidak akan memberikan hasil yang sama dengan marketing. PR adalah tentang mengubah perspektif, menceritakan kisah Anda dan memengaruhi para *influencer*. Jika Anda ingin mendapatkan publikasi mengenai produk baru di media nasional, atau ingin berkomunikasi dengan konsumen Anda melalui orang ketiga yang kredibel, maka PR bisa melakukan itu.

Klien harus menyadari bahwa sebagai agensi PR, kami ingin membuat Anda mendapat liputan media di media-media nasional dan meningkatkan *brand awareness* ataupun produk/jasa dari perusahaan Anda. Untuk melakukan itu semua, maka penting untuk membangun kesuksesan hubungan antara klien dan agensi PR. Dengan begitu, kedua belah pihak dapat menjadi mitra strategis yang berharga dan jenis hubungan seperti ini akan bertahan lama.

(Oleh Siti Aisyah, praktisi Public Relations; referensi dari berbagai sumber)