

Bagaimana Menangani Publisitas yang Buruk?

Publisitas yang buruk bisa saja dialami oleh perusahaan kecil maupun perusahaan besar sekalipun. Terkadang, publisitas yang buruk tidak bisa dihindari. Meskipun organisasi telah berperilaku secara bertanggung jawab, tetap saja dapat menghadapi risiko kecil dari bencana yang tidak terduga ini. Di era informasi, publisitas yang buruk dapat menyebar dengan cepat kepada khalayak bahkan sebelum perusahaan dapat membuat pembelaan.

Meskipun perusahaan tidak dapat mengendalikan setiap pengalaman negatif yang menghampiri, tetap saja dari hal tersebut kita dapat belajar mengelola dan meresponsnya secara efektif. Faktanya, cara menangani situasi ini sering kali dapat mengarahkan ke hal-hal yang lebih besar termasuk layanan pelanggan yang lebih baik atau cara yang lebih efisien untuk menjalankan operasi sehari-hari. Perusahaan Anda tidak hanya dapat bertahan dari kejadian buruk ini, tetapi juga dapat belajar untuk berkembang dari masa-masa sulit.

Jika Anda pernah berada dalam situasi yang sulit ini, pertimbangkan tips berikut untuk secara efektif bertahan dari publisitas yang buruk:

1. **Bersikaplah Proaktif** - Sebelum badai publisitas yang buruk menghantam bisnis Anda, kenali potensi masalah yang dapat muncul. Bersikaplah proaktif dengan menawarkan produk berkualitas dan layanan terbaik kepada pelanggan Anda untuk menghindari kritik negatif di masa mendatang.
2. **Hindari Interaksi Online yang Negatif** - Meskipun mungkin tergoda untuk mempertahankan nama perusahaan Anda saat kritik memposting secara online, tahan dorongan untuk menanggapi dengan nada negatif. Dan tentu saja, jangan pernah menggunakan kata-kata kotor atau mengambil bagian dalam panggilan nama tentu hal ini akan sangat merusak reputasi Anda.
3. **Jangan Terlalu Defensif** - Jangan langsung menanggapi saat seseorang mengkritik merek Anda secara terbuka. Sebagai pemilik bisnis, Anda harus memikirkan tentang pengaruh tanggapan Anda terhadap kesetiaan merek pelanggan tersebut. Tanggapan publik Anda juga akan tersedia untuk dilihat pelanggan di masa mendatang. Apa yang tampak sebagai "hanya satu tanggapan" bisa memainkan peran besar dalam membentuk persepsi hubungan klien Anda.
4. **Silent Is Okay** - Nilailah seberapa besar otoritas perintah pencela Anda. Jika mereka tidak dihormati, jangan menanggapi — meskipun kritik mereka valid. Melakukan hal itu memberikan kredibilitas bagi mereka dan pihak mereka. Tindakan apa pun yang Anda ambil harus menempatkan Anda dan organisasi Anda pada posisi yang lebih baik untuk sukses dan pemulihan.
5. **Lihatlah Itu Sebagai Kesempatan** - Anda dapat membangun hubungan pelanggan yang lebih baik dengan memecahkan masalah. Ingin mengubah pelanggan yang marah menjadi pelanggan yang berdedikasi? Perbaiki masalah mereka. Pengalaman negatif dapat menyebar melalui lingkaran sosial dengan cukup cepat. Jika keluhan pelanggan valid, perbaiki dan pelajari cara menghindarinya di masa mendatang. Tentu, tidak ada salahnya untuk berbagi dengan orang lain bagaimana Anda membuat kesalahan menjadi benar.

6. **Selalu Dengarkan** - Meskipun Anda yakin bahwa kritik yang diterima merek Anda tidak adil, Anda harus berusaha sebaik mungkin untuk memahami alasan mengapa seseorang kecewa atau marah pada Anda atau bisnis Anda. Cobalah untuk memahami mengapa mereka merasa seperti itu dan menganalisis cara untuk mengatasi masalah tersebut agar tidak terulang kembali. Beberapa kasus mungkin membutuhkan solusi sederhana, tetapi jika tidak, buatlah dialog dan bersikaplah pengertian dan terbuka untuk berubah. Anda tidak harus setuju dengan semua yang dikatakan ulasan atau komentar negatif, tetapi mendengarkan dapat menunjukkan kepada penonton lainnya bahwa Anda peduli dengan apa yang dipikirkan klien dan Anda terbuka untuk mendengarkan.
7. **Permintaan Maaf** - Ambil pelajaran dari selebriti terkenal dan minta maaf jika perusahaan Anda melakukan kesalahan. Mengatakan Anda menyesal memungkinkan Anda untuk mengambil tanggung jawab sambil juga memberi Anda dan pelanggan Anda izin untuk maju.

Cara terbaik untuk menghindari publisitas yang buruk adalah memperlakukan pelanggan Anda dengan baik dan menawarkan produk yang hebat. Meski begitu, publisitas yang buruk bisa saja terjadi oleh karena itu bersiaplah dan yang terpenting selalu jujur pada pelanggan Anda.

(oleh Irianty, praktisi *Public Relations* – IndoneisaPR.id; referensi dari berbagai sumber)