Burung dan Kucing

 Saya suka bulan Juli, meskipun saya juga bulan-bulan lainnya. Bulan Juli biasanya menjadi bulan yang sibuk sekali buat konsultan dan pembicara public seperti saya. Bulan Juli biasanya adalah bulan dimana evaluasi semester pertama dilakukan: rapat kerja, rapat evaluasi, rapat koordinasi dan rapat-rapat sejenis biasanya digelar untuk melihat apa yang sudah dicapai di semester pertama dan menata langkah untuk memperoleh pencapaian yang lebih baik di semester kedua.

 Ada klien-klien yang memiliki masalah yang pelik sehingga membutuhkan program yang panjang untuk diselesaikan. Ada klien-klien yang memiliki masalah yang sedang yang meskipun tidak mudah diselesaikan tetapi relatif bisa tergambar apa yang harus dilakukan. Dan ada lagi klien-klien yang sebenarnya tidak memiliki masalah yang berarti tetapi perlu mengingatkan orang-orangnya tentang sesuatu hal yang penting.

 Mari kita mulai dengan sebuah kuis: Seorang pemburu masuk ke hutan dan melihat ada tiga ekor burung di atas pohon. Dia menembak dan mengenai salah satu diantaranya. Pertanyaannya adalah: Berapa ekor burung yang masih di atas pohon?

 Dalam banyak acara bertemu dalam coaching atau seminar dengan perusahaan dari berbagai industry jawaban yang paling banyak muncul adalah 2 ekor. Tentu saja jawaban tersebut salah. Meskipun secara matematis mungkin saja benar tetapi secara logika jelas salah karena tentu saja kedua ekor burung yang tidak tertembak akan terbang dan bukan menunggu begitu saja di atas pohon.

 Logika itu pula yang saya sering pergunakan untuk menekankan pentingnya kepuasan kepada seluruh konsumen. Jika pemasar misalnya memiliki 100 konsumen dan ada satu yang tidak dipuaskan maka sisanya bukanlan 99 melainkan 0. Setiap konsumen wajib dipuaskan karena konsumen yang puas hanya bercerita ke sedikit orang sementara konsumen yang tidak puas akan bercerita kepada banyak orang. Dan cerita-cerita tersebut dapat berkembang menjadi negative word of mouth.

 Dengan kuis tersebut bisa untuk menyadarkan kembali kepada peserta coaching atau seminar tentang pentingnya bukan sekedar mencari customer saja melainkan juga mencari client (customer yang membeli produk atau jasa lebih dari sekali) dan bahkan untuk mendapatkan sebanyak mungkin advocate (customer yang melakukan promosi dan/atau pembelaan kepada produk atau jasa kita tanpa bayaran).

 Mari kita masuki kuis kedua: Ada 3 ekor kucing di atas pohon. Salah satu dari ketiga kucing tersebut tiba-tiba melihat ada seekor tikus lewat di atas tanah dan langsung turun mengejarnya. Pertanyaannya adalah: Berapa ekor kucing yang masih di atas pohon?

 Ternyata untuk pertanyaan ini banyak yang menjawab dengan jawaban benar: tidak ada! Kedua kucing yang lain tidak akan tinggal diam melainkan akan ikut bersama kucing yang pertama mengejar tikus yang lewat tadi. Kedua kucing yang lain tak akan membiarkan kucing pertama begitu saja mendapatkan tikut yang lewat.

 Logika itu yang saya pergunakan untuk menyatakan bahwa bila di pasar terdapat kesempatan maka kesempatan itu tidak akan dibiarkan oleh pesaing begitu saja agar kita nikmati. Dengan segala daya upaya yang dimiliki maka kesempatan tersebut akan diupayakan menjadi milik mereka. Hal ini akan menjadi jelas sekali bila yang terjadi di pasar adalah zero sum game, bila satu perusahaan mendapatkannya maka itu berarti perusahaan lain akan kehilangan.

 Dengan kuis tersebut bisa untuk menyadarkan kembali kepada peserta coaching atau seminar tentang pentingnya bukan sekedar mendapatkan kesempatan yang menjadi penentu sukses atau tidaknya kita melainkan juga bagaimana memenangkan kesempatan tersebut. Agar bisa memang tentu saja ada banyak cara, antara lain: lebih cepat, lebih cermat, dan lebih cerdas.

 Lalu apakah ada hubungan antara burung dengan kucing dalam kuis di atas?

 Hubungan pertama jelas bahwa ada kesamaan logika dan bahwa logika yang berlaku bukanlah logika matematika melainkan logika realita bahwa burung tidak akan menunggu di atas pohon untuk ditembak oleh pemburu dan bahwa kucing juga tidak akan menunggu di atas pohon untuk melihat salah salah satu dari mereka mendapatkan tikus yang lewat.

 Kalau kita cermati lebih teliti sangat mungkin terjadi bahwa bila ada konsumen yang tidak puas terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan maka bukan tidak mungkin bahkan sangat lazim terjadi ketidak-puasan tersebut dimanfaatkan oleh pesaing sedemikian rupa untuk mengambil konsumen-konsumen lainnya. Kesalahan kecil saja yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dapat menjadi peluang besar perusahaan pesaing untuk dimanfaatkan. Tentu saja kita juga tahu bahwa apa yang terjadi di pasar pemanfaatan ini memiliki nuansa yang beragam: cara yang halus sekali, cara yang halus, cara yang kasar, dan bahkan cara yang kasar sekali.

 Dan persaingan itu tidak boleh semata dicermati sebagai pesaing langsung yang saat ini ada dalam industry semata melainkan harus dicermati lebih jauh lagi seperti mencermati adanya pemain-pemain baru yang masuk ke pasar dan substitusi terhadap produk atau jasa yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Ini berarti sebuah perusahaan tidak hanya harus berebut tikus dengan sesame kucing lain yang ada di atas pohon melainkan juga dengan kucing lain yang saat itu tidak di atas pohon dan bahkan pesaing lain seperti misalnya ada anjing yang melihat dan menginginkan si tikus dan kadang bahkan menginginkan kucingnya juga.

 Dimensinya ada dua, kesadaran dan tindakan. Kalau kita bicara matrix empat kolom maka alternatifnya: sadar-melakukan, sadar - tidak melakukan, tidak sadar – melakukan, tidak sadar – tidak melakukan. Kehadiran kami dalam coaching atau seminar sangat tergantung hasil analisa situasi: dapat membuat yang sadar-melakukan menjadi lebih baik, membuat yang sadar - tidak melakukan menjadi melakukan, membuat yang tidak sadar – melakukan menyadari sehingga melakukan lebih baik, dan membuat yang tidak sadar – tidak melakukan menjadi menyadari dan melakukan ….

 Which one is yours?