

PETER DE KRETZER

PENYELESAI MASALAH KOMUNIKASI JENAMA

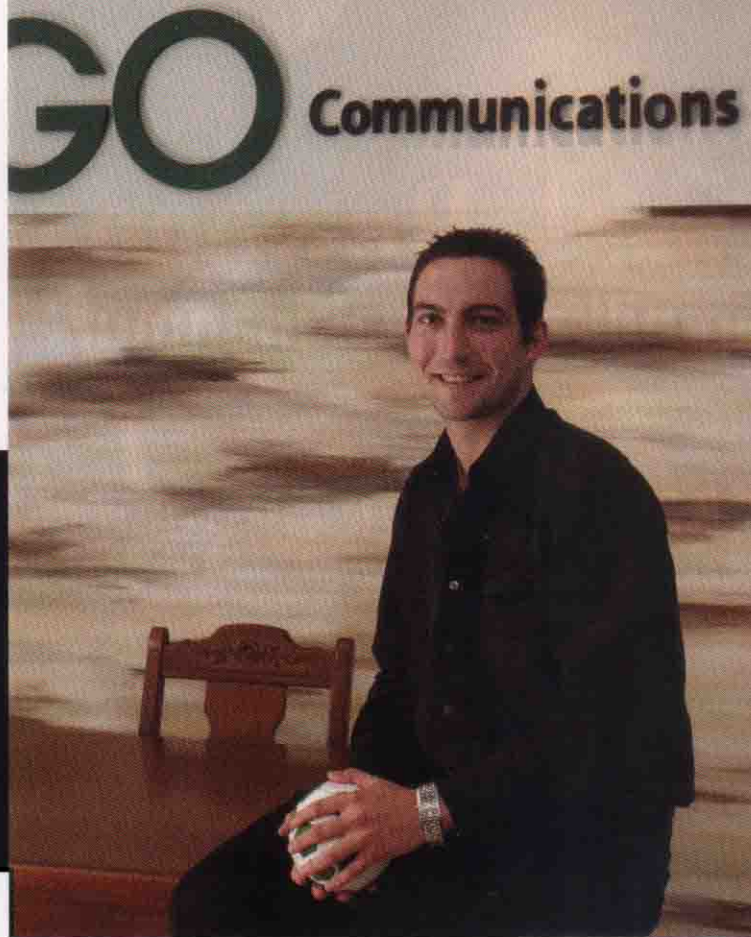
Bayangkan jika anda memiliki sebuah produk tetapi tidak tahu bagaimana hendak mengangkat penjenamaannya? Golongan sasarannya kepada siapa? Idea dan konsep yang bagaimana? Serta segala macam masalah untuk menyampaikan idea dan produk anda kepada pelanggan. Siapa yang hendak ditujukan segala persoalan itu? Di sinilah penyelesaian komunikasi diperlukan dan Peter De Kretzer ada jawapan untuk itu.

Bola Sepak

Anak kelahiran Singapura ini pada asalnya mahu menjadi pemain bolasepak profesional tetapi bertukar arah ke syarikat komunikasi. Pada peringkat awal sekolah menengah, Peter telah ke Akademi Bola Sepak Bobby Charlton di England yang merupakan batu loncatan jika hendak ke kelab terkemuka seperti Manchester United. Malah beliau antara yang terbaik dari segi kemahiran mengawal bola. Tinggal di sana bersendirian pada usia muda banyak mengajarnya erti hidup. Ramai dari serata dunia juga sepertinya di sana. Masing-masing mahu merebut peluang untuk beraksi bersama kelab di Liga Inggeris. Namun atas faktor pembelajaran yang ditekankan oleh kedua orang tuanya, Peter ke Australia untuk menyertai Victoria Institute Of Sport.

Di sana, bola sepak tetap menjadi keutamaan apabila beliau menyertai pasukan profesional di Australia seperti Melbourne Knight. Selain berjaya menjuarai beberapa kejohanan belia, Peter juga berjaya menyertai skuad utama. Tamat persekolahan, Peter menyambung pelajarannya ke kolej Royal Melbourne Institute of Technology dengan mengambil jurusan Ijazah Sarjana Muda Keusahawanan (*Biz-Entrepreneurship*).

Ketika pulang bercuti di Singapura, Peter telah menyertai uji bakat bersama dengan beberapa buah kelab di Singapura dan berjaya menarik minat sebuah kelab Liga Singapura iaitu Tanjong Pagar United untuk menawarkannya kontrak bermain. Beliau menanggunghkan selama setahun pengajiannya di universiti dan bermain di Singapura. Berjaya menjaringkan beberapa gol pada tahun 2003, namun atas sebab kecederaan, Peter tidak dapat meneruskan kariernya sebagai pemain bola sepak.



Keusahawanan

Gagal meneruskan aksi sebagai pemain bola sepak profesional, Peter menyambung kembali pelajarannya yang tertangguh. Namun perniagaannya bermula sebelum tamat pengajian lagi. Untuk mendapat ijazah di universitinya, Peter perlu menubuhkan sebuah perniagaan. Itulah uniknya universiti ini. Perniagaan itu adalah perniagaan yang sebenarnya. Bukan sekadar teori tetapi praktikal. Oleh itu, Peter telah menubuhkan sebuah syarikat mengedar tiram di Singapura. Syarikat yang diberi nama Lighthouse Oysters ini mengedarkan tiram ke hotel-hotel dan kedai-kedai makan di Singapura. Selain mengedar, syarikat ini juga menternak tiram secara komersil. Bukan setakat itu, kajian juga telah dijalankan bagaimana hendak menternak tiram dalam keadaan iklim yang panas ini.

Setelah syarikat perusahaan tiram berjaya dilakukan sebagai syarat untuk mendapatkan ijazah, Peter telah berbincang dengan bapanya yang sudah terlibat selama lebih 25 tahun dalam bidang komunikasi awam di Singapura, untuk menubuhkan pula sebuah syarikat yang sama di Malaysia. Perbincangan demi perbincangan dilakukan, akhirnya Michael, bapanya menjual semua hak di syarikat lamanya dan menubuhkan GO Communications bersama Peter. Gabungan dua anak beranak ini adalah untuk meneruskan kesinambungan penglibatan mereka di dalam bidang komunikasi.

Permulaan menubuhkan syarikat ini adalah dari hasil simpanan dan pelaburan Peter dan juga bapanya. Lebih dari RM1 juta diperuntukkan dalam penyediaan syarikat yang sudah beroperasi hampir setahun ini.

“JIKA TIADA SAINGAN, MAKA TIADA PERMINTAAN, JIKA TIADA PERMINTAAN MAKA TIADA PERNIAGAAN DAN SYARIKAT TIADA PENDAPATAN.”

Bermula dengan hanya 5 pekerja, tetapi setelah lapan bulan beroperasi, jumlah pekerjanya kini sudah bertambah menjadi 17 orang. Bermula dengan 5 klien kini sudah mencapai 15. Perkembangan yang positif ini adalah kerana reputasi yang dimiliki oleh bapanya sebelum ini yang berjaya menjalankan projek-projek besar dengan jayanya. Seterusnya kepercayaan itu datang dari klien dan Peter mengekalkan kualiti itu di samping menambahkan lagi idea dalam memastikan klien mereka berpuas hati.

GO, go, go...

Bila ditanya mengapa GO? Peter berkata Go adalah perkataan yang sering digunakannya dan agak *catchy* seperti “let’s go”, “I go” dan “You go”. Dan ianya juga menggambarkan sebagai pergerakan dan signifikannya dengan Go Communications adalah syarikat ini sentiasa bergerak maju ke hadapan.

Antara tanggungjawab syarikat ini kepada klien mereka ialah melakukan kerja dari A-Z. Sebagai contoh, tentang sesuatu produk atau perkhidmatan itu ingin dilancarkan, Go Communications sebagai agensi komunikasi akan membuat konsep dan idea bagaimana sesuatu projek itu akan dijalankan. Juga mencari media yang sesuai, majlis pelancaran, konsep pengiklanan dan sebagainya. Kejayaan sebuah produk atau perkhidmatan itu bergantung kepada agensi komunikasinya dan itulah sasaran Peter.

Bila ditanya apa kelainan yang ada pada Go jika dibandingkan dengan agensi komunikasi yang lain, menurutnya cara mereka melaksanakan sesuatu projek itu berbeza, idea yang unik, kreatif dan inovatif. Apa pun yang paling penting bagi Peter adalah sesuatu jenama itu dikenali dan mendapat maklum balas yang positif.

Cabaran

Baginya cabaran sememangnya begitu banyak. Ini adalah kerana mereka menjual idea dan konsep, bukan produk. Jika produk, ianya boleh dilihat dan disentuh untuk menilainya, tetapi hasil kerja mereka adalah sesuatu yang subjektif. Saingan dari agensi-agensi lain juga perlu dilihat dari sudut positif.

“Jika tiada saingan, maka tiada permintaan, jika tiada permintaan maka tiada perniagaan dan syarikat tiada pendapatan” Terang Peter yang kini berusia 24 tahun. Namun sudah pasti, Go Communications mempunyai senjatanya sendiri dalam menguasai pasaran ini. Selain dari servis dan idea yang baik, agensi ini juga mempunyai pekerja-pekerja yang kreatif dan berdedikasi. Mereka dilatih untuk bekerja keras sehabis baik dan kemudian boleh bergembira setelah berjaya melaksanakan sesuatu



Perancangan Masa Depan

Memandangkan agensi ini sudah berkembang dengan baik dalam tempoh setahun pertama, maka pasti banyak perancangan yang ingin dilakukan oleh Peter. Walaupun bapanya masih lagi sebagai rakan kongsi, namun tanggungjawabnya tetap besar. Peter ingin menjadikan Go Communications sebagai agensi komunikasi nombor satu negara. Selain itu, Peter juga merancang mahu membuka agensinya di negara-negara jiran seperti Thailand, Indonesia, Vietnam dan Singapura dan menjadi pendahulu di kawasan Asia Pasifik dengan mendapat klien dari akaun-akaun yang berskala besar. Oleh kerana jiwanya sebagai pemain bola sepak tidak pernah pudar, maka beliau juga berharap dapat bekerjasama dengan Persatuan Bola Sepak Malaysia (FAM) dalam menjalankan beberapa aktiviti. Beliau juga menanam impian untuk menjadi jurulatih kepada kelabnya sendiri pada suatu hari nanti.

Kata-kata akhir

“Kepada mereka yang berminat untuk menceburi bidang ini, perlulah faham dengan sedalamnya apa itu perhubungan awam yang baik.” Jelas Peter yang mementingkan kereta Mustang. Katanya, bidang ini bukan sahaja memerlukan komunikasi yang baik tetapi perlu juga sentuhan inovatif, kreatif dan lain daripada pihak lain. Ianya perlu dilakukan dengan menarik dan berkesan. Minda juga perlu positif dan *enjoy* dengan apa yang dilakukan. Mengumpamakan syarikat komunikasinya ibarat sebuah pasukan bola sepak, kerjasama berpasukan amatlah penting dalam usaha menjaringkan gol. Tapi dalam konteks ini, menyelesaikan masalah komunikasi adalah sasaran utamanya.