



IMPLEMENTASI CRM



Beberapa fakta yang menjadi alasan mengapa perusahaan memerlukan sistem CRM diantaranya adalah :

1. Butuh **biaya 6 kali lebih besar** untuk menjual suatu produk kepada pelanggan baru dibandingkan dengan menjual kepada pelanggan lama.



2. Pelanggan yang tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan **menceritakan pengalamannya kepada 8 dari 10** orang yang ditemuinya.



3. Penjualan produk kepada **pelanggan baru** hanya mencapai **15%** dari keseluruhan penjualan produk tersebut, sedangkan penjualan suatu produk kepada **pelanggan lama** mencapai **50%** dari total keseluruhan penjualan produk tersebut.



4. 70% dari pelanggan yang menyampaikan keluhan, jika **ditanggapi dengan cepat dan baik** maka akan membawa suatu **dampak yang bagus** bagi perusahaan.



5. Lebih dari 90% perusahaan yang ada, **belum** mempunyai sistem e-commerce yang **terintegrasi** antara sistem penjualan dan pelayanan.



Meningkatkan Nilai yang Diperoleh dari Pelanggan

Mendapatkan pelanggan yang menguntungkan	Get
<ul style="list-style-type: none">■ Mempertahankan pelanggan yang menguntungkan lebih lama■ Mendapatkan keuntungan ganda dari pelanggan yang menguntungkan■ Menghilangkan pelanggan yang tidak menguntungkan	Keep
<ul style="list-style-type: none">■ Menjual produk tambahan (up-sell) yang bisa sebagai solusi■ Cross-sell produk lain kepada pelanggan■ Merekomendasi/mensarankan dan mengambil untung dari 'mulut ke mulut'■ Mengurangi service dan operasional	Grow

Siapakah Pelanggan Setia itu?

- Tingkah lakunya menunjukkan komitmen
 - Membeli hanya dari 1 suplier, meskipun sebenarnya ada plilihan-pilihan lain
 - Membeli dari suplier tertentu lebih banyak dan terus meningkat
 - Menyumbangkan saran-saran untuk kemajuan
- Psikologinya mensiratkan komitmen
 - Tidak akan berfikir untuk memutuskan hubungan - psychological commitment
 - Memiliki kebiasaan/sikap yang positif tentang suplier
 - Selalu mengatakan hal yang bagus tentang suplier



Keuntungan Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

- Mempertahankan pelanggan yang sudah lama membutuhkan biaya yang lebih sedikit
- Pelanggan mengeluarkan banyak uang, berarti meningkatkan "share of wallet"
- Mereka mendapatkan kesepakatan yang baik dengan kita
- Mereka menyebarkan informasi yang positif tentang kita
- Mereka hanya membutuhkan servis yang lebih sedikit
- Mereka tidak terlalu mempersoalkan harga
- Mereka lebih bisa memaafkan jika terjadi kesalahan
- Mereka membuat program marketing kita lebih efisien

Market Share vs Share of Customer



Strategi Pembagian pasar

- Perusahaan harus menjual satu produk ke sebanyak mungkin pelanggan
- Harus membedakan produk dengan pesaing
- Menjual kepada pelanggan
- Mencari standart untuk pelanggan baru
- Menggunakan media masa untuk membangun brand

Startegi pembagian pelanggan

- Perusahaan harus menjual sebanyak mungkin produk kepada satu pelanggan
- Harus membedakan satu pelanggan dengan pelanggan lain
- Bekerjasama dengan pelanggan
- Mencari standar bisnis baru dari pelanggan yang sudah ada
- Menggunakan komunikasi interaktif untuk menentukan kebutuhan individu dan berkomunikasi dengan masing individu

TUGAS 6 (TUGAS KELOMPOK)

BUATLAH analisis mengenai Tugas 5 yang diimplementasikan pada masing2 perusahaan.
Buatlah dalam bentuk laporan BAB 1