PRAKTIKA 5
MEMBINA HUBUNGAN DENGAN KONSUMEN

Pengertian Hubungan Pemasaran

Hubungan pemasaranmerupakan filosofi berbisnis, suatu orientasi strategic, yang memfokuskan lebih kepada mempertahankan dan memperbaiki hubungan dengan konsumen yang ada sekarang, daripada memfokuskan kepada mencari konsumen baru.

Tujuan Hubungan Pemasaran

Tujuan utama dari hubungan pemasaran adalah untuk membangun dan mempertahankan konsumen yang komit yang menguntungkan bagi perusahaan. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan akan memfokuskan pada penarikan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan dengan konsumen.

Keuntungan Hubungan Pemasaran

- Keuntungan untuk konsumen

  Bagi konsumen, benefit khusus dari penerimaan value jasa memberi kontribusi terhadap perasaan bahagia (well-being) dan juga terhadap kualitas hidup mereka.
- Keuntungan untuk organisasi
  - Meningkatkan pembelian
  - Mengurangi biaya
  - Periklanan gratis melalui “gethok tular”
  - Mempertahankan karyawan

Strategi-strategi Mempertahankan Hubungan Jangka Panjang

- Memonitor hubungan
- Strategi perbaikan yang dimaksudkan untuk mempertahankan konsumen ketika sesuatu yang tidak diinginkan terjadi

Instruksi :

Coba saudara ungkapkan sesuai kejadian yang pernah saudara alami ketika menghadapi tindakan yang memuaskan maupun yang tidak memuaskan yang diberikan seorang karyawan pemilik organisasi jasa serta upaya yang harus dilakukan pemilik organisasi jasa terhadap tindakan yang tidak memuaskan tersebut.

Jenis Jasa	Tindakan Yang Memuaskan	Tindakan Yang Tidak Memuaskan
Restoran		
Salon		
Klinik Gigi		
Bank		
Tempat Rekreasi		

Upaya – upaya yang dilakukan perusahaan mengenai tindakan yang tidak memuaskan tersebut :