



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.

Customer Acquisition



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



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?

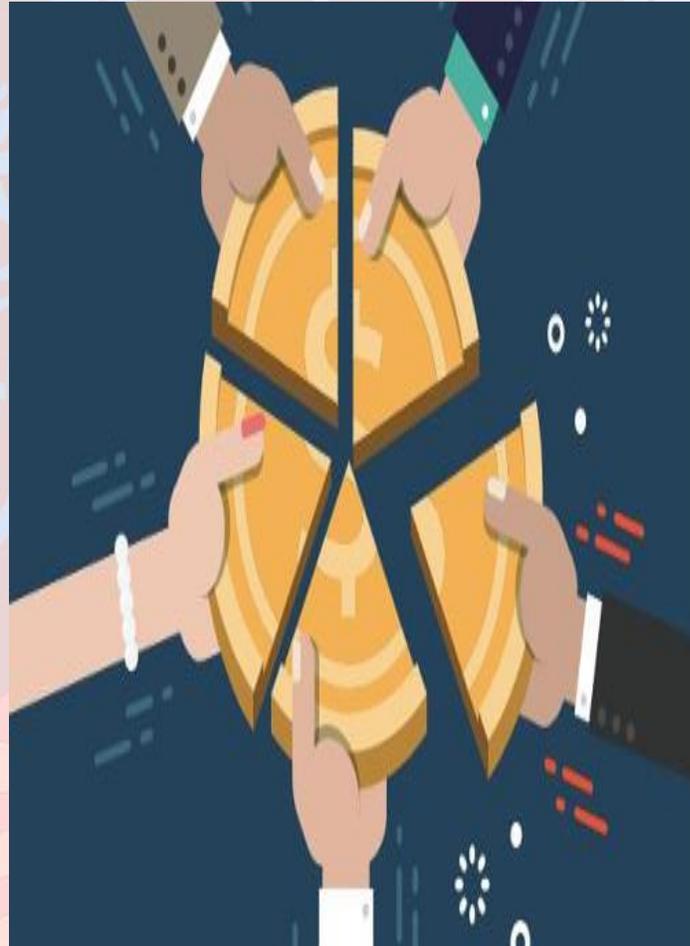
- Tingkah lakunya menunjukkan komitmen
 - Membeli hanya dari 1 suplier, meskipun sebenarnya ada pilihan-pilihan lain
 - Membeli dari suplier tertentu lebih banyak dan terus meningkat
 - Menyumbangkan saran-saran untuk kemajuan
- Psikologinya mensiratkan komitmen
 - Tidak akan berfikir untuk memutuskan 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