6 Tanggungjawab Pemasar, Penjanaan Prospek & Corong Jualan

Mengurus perjalanan pelanggan daripada prospek baharu (Lead Generation) kepada pelanggan setia jangka panjang.

INTIPATI UTAMA (KEY TAKEAWAY):
Corong pelanggan (Sales Funnel) memastikan pangkalan pelanggan sentiasa diisi semula menerusi tapisan prospek, analisis keperluan dan susulan terancang.

6 TANGGUNGJAWAB PEMASAR

Skop Tugas Profesional Pemasaran

1. Pengurusan Perhubungan Pelanggan (CRM) · 2. Menyediakan Maklumat & Perkhidmatan · 3. Mengendalikan Aduan · 4. Pengurusan Diri · 5. Pangkalan Data & Pengurusan Pengetahuan · 6. Mencari Pelanggan Baharu.

5 SUMBER PENJANAAN PROSPEK

Dari Mana Datangnya Pelanggan Baharu?

1. Rujukan Pelanggan Sedia Ada · 2. Direktori Perniagaan Dalam Talian · 3. Pertanyaan Masuk (perlu dijawab pantas sebelum lari ke pesaing!) · 4. Laman Web & Enjin Carian (SEO) · 5. Akhbar & Artikel Internet.

4 LANGKAH CORONG JUALAN

Pengurusan Saluran Jualan (Sales Pipeline)

Semua bakal pelanggan masuk di bahagian atas corong: (1) Tapis pertanyaan tidak relevan → (2) Rekod maklumat pelanggan → (3) Analisis keperluan & kehendak → (4) Rancang panggilan/tindakan susulan.

Sistem Pangkalan Data Pelanggan (CRM) & Perhubungan Awam (PR)

Mengurus 8 rekod data strategik pelanggan dan membina persefahaman bersama 8 kumpulan "Orang Awam" (Publics).

INTIPATI UTAMA (KEY TAKEAWAY):
Perhubungan Awam (PR) jauh lebih luas daripada sekadar jualan; ia adalah fungsi pengurusan berterusan untuk membina kepercayaan, rasa hormat dan tanggungjawab sosial dengan semua pihak berkepentingan.

8 Rekod Utama Pangkalan Data Pelanggan (CRM)

- 1. Nama & alamat penuh syarikat / pelanggan
- 2. Nama & jawatan/kedudukan pegawai kenalan (decision maker)
- 3. Sifat perniagaan & latar belakang operasi
- 4. Tarikh dan masa temu duga / interaksi lepas
- 5. Penilaian potensi nilai pelanggan
- 6. Keperluan pembeli, masalah (pain points) & tabiat membeli
- 7. Rekod jualan lepas berserta tarikh transaksi
- 8. Tindakan susulan masa hadapan oleh jurujual & pembeli

7+1 Kumpulan "Orang Awam" (PR Publics)

- 1. Masyarakat Umum & Komuniti Setempat
- 2. Pekerja Dalaman (Internal Publics — Duta Pertama Syarikat!)
- 3. Kerajaan & Badan Kawal Selia Dasar
- 4. Komuniti Kewangan (Bank, Pelabur, Pemegang Saham)
- 5. Pengedar, Pembekal & Rakan Niaga
- 6. Pengguna & Pelanggan Akhir
- 7. Pemimpin Pendapat (Opinion Leaders / Media / KOL)
- 5 Fungsi CRM: Perancangan Panggilan, Kendali Aduan, Servis, Urus Hubungan & Strategi Jualan.