

Strategi Komunikasi Account Manager B2B CV Anugrah Pratama Dalam Menjalin Hubungan Dengan Customer

Oleh :

Adrian Ryo (192022000109)

Dosen Pembimbing :

Kukuh Sinduwiatmo, M.Si

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Juli 2023

Pendahuluan

- CV Anugrah Pratama didirikan tahun 2006 oleh Mr Oliver Johannes Setiawan dengan hanya berfokus pada website pembelian e-commerce, mempunyai branding perusahaan dengan nama Anugrahpratama.com. Kemudian berkembang pada tahun 2016 dengan menyediakan layanan IT Consultant dan menjadi penyedia kebutuhan IT dengan metode e-purchasing melalui e-catalogue yang dikelola oleh LKPP (Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah).
- Segmentasi bisnis perusahaan ini sendiri dibagi menjadi 3 yakni, B2G (Business to Government) melayani pengadaan kebutuhan IT di lembaga pemerintahan, B2B (Business to Business) pengadaan kebutuhan IT di sektor industri dan perusahaan swasta dan B2C (Business to Customer) Retail kebutuhan IT untuk End user atau customer langsung .

Pendahuluan

Account Manager Merupakan penghubung antara perusahaan dan para client. Posisi ini bertanggungjawab untuk memastikan bahwa perusahaan mampu memenuhi kebutuhan klien. Selain itu, Account Manager juga harus mampu membangun relasi yang baik dengan para klien

Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi Account Manager B2B CV Anugrah Pratama dalam menjalin hubungan strategis dengan customer ?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Account Manager CV Anugrah Pratama dalam menjalin hubungan strategis dengan konsumen

Metode

Jenis Penelitian	Pengumpulan Data	Analisis Data
Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan fenomenologi.	Teknik pengumpulan data observasi dan wawancara.	Analisis data reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil dan Pembahasan

Data dari penelitian ini diambil dari Observasi dan mewawancarai sumber-sumber terkait. syarat dari informan adalah telah melewati masa probation, masa kerja minimal 1 tahun, dan memiliki jobdesk dibidang sales marketing dan public relation Adapun informan yang dimaksud adalah Account Manager B2B, SPV Account Manager, Staff Customer Satisfaction dan Marcom Leader

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Account Manager B2B CV Anugrah Pratama

Merujuk pada teori komunikasi pemasaran dari Rogers, berikut merupakan tahap tahap penyusunan strategi dari Account Manager B2B :

1. Memberitahu (announcing)

Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah untuk memberitahu tentang kapasitas dan kualitas informasi (one of the first goal of your communication strategy is to announce the availability of information on quality). Oleh karena itu, informasi yang akan dipromosikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi yang demikian penting.

2. Memotivasi (motivating)

Penyebaran informasi harus diusahakan agar informasi yang disebarkan dapat memotivasi masyarakat untuk peduli atau tertarik.

3. Penyebaran Informasi (informing)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarluaskan informasi kepada masyarakat yang menjadi sasaran. Diusahakan agar informasi yang disebarkan ini merupakan informasi yang spesifik dan aktual.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Account Manager B2B Dengan Customer

Fauzhy Awei (Account Manager B2B) :

1. Announcing User : Blast promo melalui email dan WA, Follow up existing user
2. Motiivating (Treat User) : Melakukan pendekatan emosional dengan client, undang di berbagai acara event
3. Informing (Deal Closer) : Rutin melakukan follow up dan menginformasikan kebutuhan IT yang tepat guna (berperan sebagai IT Consultant) hingga menciptakan loyal consument

Karim(Account Manager B2B) :

1. Announcing User : Menginformasikan promo yang sedang berjalan kepada client dan follow up existing client menggunakan telepon miitel
2. Motivating (Treat User) : Melakukan pendekatan emosional dengan client, undang di berbagai acara event, dan company visit
3. Informing (Deal Closer) : Rutin melakukan follow up dan menginformasikan kebutuhan IT yang tepat guna (berperan sebagai IT Consultant) hingga menciptakan loyal consument

Kesimpulan

Pada hasil penelitian dan dari data-data yang telah didapatkan, bisa disimpulkan bahwa Account Manager memiliki peran penting dalam kegiatan sales marketing di CV Anugrah Pratama. Berbeda dengan sales lainnya yang hanya melakukan transaksi di tempat. Account Manager diharuskan untuk memperluas networking dengan konsumen maupun calon konsumen, kemudian melakukan softselling guna selain mendapatkan revenue atau keuntungan juga menciptakan konsumen yang loyal pada perusahaan. Penyusunan strategi yang digunakan menjadi lebih modern pendekatan persuasive dengan konsumen atau calon konsumen, seperti memberikan reward atau hadiah bagi konsumen loyal, mengadakan event dan coffee talk guna memperkuat networking dengan konsumen maupun calon konsumen, serta meningkatkan value dengan berbagai sertifikasi dan mengasah product knowledge. Harapan dari penelitian ini adalah agar seluruh sales di CV Anugrah Pratama menerapkan strategi softselling dan pendekatan persuasive dengan konsumen ataupun calon konsumen. Saran untuk peneliti selanjutnya agar lebih menjabarkan dan menganalisis beberapa titik yang dijelaskan pada penelitian sebelumnya atau mencari hal yang saling berhubungan.

Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan pekerja di bidang sales marketing ataupun manajemen perusahaan dapat mengimplementasikan strategi yang digunakan oleh Account Manager dari CV Anugrah Pratama guna menciptakan konsumen yang layak dan menciptakan brand awareness di benak konsumen.

