

Lampiran I

Hasil Wawancara Key Informan	P : Pewawancara
Bapak Gamawan Ardia Sakti Manager	BG : Bapak Gamawan Ardia Sakti

	Hasil Wawancara	Deskripsi
P	Selamat Sore Bapak, Saya dengan Ade, pada kesempatan ini, saya ingin mewawancarai Bapak, mengenai Strategi Personal Selling dari PT Gogomedia Visindo. Boleh dibantu perkenan terlebih dahulu Bapak, untuk Nama, Usia dan Jabatan Bapak saat ini.	Pembukaan
BG	Baik, Terima kasih. Perkenalkan nama saya Gamawan Artia Sakti, posisi manager, usia saat ini kurang lebih sekitar 39 tahun.	Perkenalan
P	Baik Bapak, Terima kasih. Gogomedia sendiri itu bergerak dibidang apa Pak?	Profile perusahaan
BG	PT. Gogomedia sendiri ini sebagai distributor produk alat terapi kesehatan gitu ya, semua produk produk dari Gogomedia memang yang pasti sudah mendapatkan ijin dari Kemetrian kesehatan kalau untuk produk alat terapi mendapat AKL dan saat ini menghadirkan lagi Suplemen kesehatan tentunya juga sudah ada BPOM nya karena komitmen kami adalah setiap produk yang dihadirkan Gogomedia atau Gogomall gitu ya adalah produk produk yang terpercaya dan yang pastinya sudah hampir kurang lebih ya 15 tahun Gogomall berdiri tentu akan terus mempertahankan kepercayaan dan keamanan konsumen terhadap penggunaan produk Gogomall	
P	Baik Bapak, Sebelumnya saya mau tanya, untuk produk Gogomall ini sendiri apakah buatan Indonesia ataukah produk buatan lain Pak, soalnya tadi Bapak sempat sebutkan AKL, AKL itukan seperti yang kita ketahui Alat Kesehatan Luar Negeri. Alat kesehatan ini sendiri berasal dari negara mana Pak?	Produk
BG	Kalau untuk variative teknologi memang variative begitu ya, produknya kita ambil dari luar, tapi untuk teknologi ada yang dari Jerman ada yang dari USA begitu ya, tentu produk yang drai saya bagus, pas masuk Indonesia tentu membutuhkan validasi bahwa produk ini aman, benar benar sesuai dengan yang ada dibrosur supaya pentingnya adalah mengedukasi bahwa setelah menggunakan produk apakah ada kontra indikasi, tentu sebagai keamanan perlu adanya ijin dan juga dilakukan pengecekan terlebih dahulu, makanya, sebelum kita datangkan kita ajukan ke kementrian kesehatan untuk dicek lagi, apakah memang benar nih, sesuai dengan yang kita sampaikan, gitu karena tentunya antara yang disampaikan bisa membantu tapi ternyata gak membantu itukan banyak konsumen yang kecewa gitu dan yang pastinya tidak sesuai dengan fakta.	
P	Baik, Untuk rata rata harga dari produknya boleh dibantu informasikan Pak?	
BG	Range produknya variative ya, tapi harga tertinggi di Rp. 6.880.000, terus ada juga Rp. 5.980.000, Rp. 4.880.000, terus ada juga suplemen	

	yang di Rp. 1.980.000 jadi variatis produknya memang lebih diatas 1 juta tapi dibawah 6 juta rupiah, tapi dengan menggunakan produk tersebut dengan benefit yang dikeluarkan oleh konsumen tapi juga sebanding dengan manfaat yang nantinya bisa didapatkan begitu. Karena sekali lagi teknologinya bukan klaim semata tapi juga sudah mendapatkan dan juga diakui begitu ya, dari Kementrian Kesehatan.	
P	Baik Bapak, Terima kasih. Kita langsung ke Point nya, dimana saat ini saya ingin menanyakan mengenai strategi dari personal selling dari PT Gogomedia Visindo. Menurut Bapak sendiri untuk strategi itu apa sih Pak?	Pengertian Strategi
BG	Teknik pemasaran dimana meyakinkan calon pengguna begitu ya, untuk bisa menggunakan produk tersebut, ataupun semua produk yang kita tawarkan kepada calon customer itu bisa di, intinya ya di closing.	
P	Baik Bapak, kemudian, dalam menentukan strategi komunikasi tersebut, apakah ada kiat kita tertentu yang dilakukan atau mungkin riset dan sebagainya?	Cara menentukan strategi
BG	Untuk menentukan strategi tentu, setiap cara pastinya berbasis kepada terhadap problem yang dihadapi, contohnya kita harus ngumpul data, banyak sekali datang melihat produk tapi tidak terjadi, neednya tidak tumbuh, terus juga gak yakin, terus juga mungkin masih pikir piker dan sebagainya. Kendala kendala yang dihadapin kenapa konsumen gak langsung melakukan pembelian. Nah dari riset atau data yang sudah kita kumpulkan nah kita akan rumuskan 1 strategi, komunikasi begitu ya, dengan kalau ada kendala ini, di handling dengan cara yang seperti ini, setelah itu dilakukan dan jangan lupa tentu harus ada evaluasi dengan cara tersebut apakah sudah baik atau tidak.	
P	Baik Bapak, kemudian untuk strategi dari strategi komunikasi dari PT. Gogomedia itu sendiri apa saja Pak?	Strategi personal selling
BG	Pertama kesan pertama pada saat bertemu dengan konsumen itu penting karena 5 menit diawal itu menentukan konsumen iya atau tidak, berukitnya adalah probing, probing disini adalah galih informasi yang dibutuhkan konsumen dan jangan lupa bangun hubungan dengan si konsumen gitu ya bahwa yang kita lakukan adalah ingin membantu mencari solusi terhadap kendala yang dihadapi konsumen, setelah itu presentasi gitu ya, presentasi disini lebih menitik beratkan kepada produk yang ingin kita tawarkan jadi solusi nya yang mana nih, yang bagus kita jelaskan, setelah itu jelas handling objection segala keberatan apapun ya dijawab dengan baik dengan lugas begitu, dan kebetulan digogomedia sendiri disini ada beberapa sudah dibuat gitu ya, beberapa handling objection kita sudah temukan beberapa sudah kita kumpulkan datanya mereka tinggal sampaikan, kemudian closing menjadi sangat krusial bila dimana agent tersebut tidak bisa memberikan keyakinan kepada konsumen yang hadir yang datang untuk membeli produk, bilamana ada informasi yang kurang baik lalu juga tidak menyampaikan defenisi produk dan penjelasan produk dengan baik ini akan tentu mempengaruhi keputusan konsumen dalam hal pembelian produk, kenapa sangat penting? Karena pada saat informasi yang	

	disampaikan baik, informasi yang disampaikan menarik itu akan meningkatkan 100% bahkan 1000% closing gitu ya, tetapi sebaliknya bilamana informasi yang disampaikan kurang baik dan kurang menyenangkan tentu akan menyulitkan si agent itu sendiri dimana saat konsumen melakukan keberatan pembelian. yang terakhir adalah follow up, follow up dan komunikasi begitu.	
P	Menurut Bapak sendiri seberapa efektif strategi ini Pak?	Efektivitas Strategi <i>personal selling</i>
BG	Sangat efektif ya, karena kan memang kita sudah lakukan ini dan terapkan hamper 15 tahun dan ehh untuk strategi follow ini sangat penting, sekali lagi tayangan atau respon atau konsumen yang datang kan tentu kita gak bias mematok setiap hari harus banyak, harus terus berdatangan rame, nah gimana follow up data base, banyak perusahaan yang beli database, nah kalua sudah punya database nya, tinggal dilakukan program royalty konsumen atau CRM gitu ya Customer Relationship managemen, dimana customer, konsumen yang sudah daftar, dibuat konsumen itu puas, mungkin kalua ada konseling dengan team dokter sehingga tanpa perlu diminta konsumen itu akan menawarkan, oh saya menawarkan ke teman saya ya, begitu ya, itu yang paling baik tanpa kita minta dia sudah sadar bahwa, wah karena layanan nya baik, tentu setelah diapun juga sudah menggunakan produk a begitu ya, tidak menutup kemungkinan produk b c d, tapi sekali lagi pentingnya bahwa bangun hubungan tadi tuh, jadi hubungan diawal itu adalah langkah awal nah selanjutnya ya, yang paling berperan adalah follow up itu dimana bangun hubungan baik karena sekali lagi, konsumen yang sudah beli produk pertama sangat berpotensi membeli produk 2,3 nah setelah itu dia juga berpotensi juga untuk memberikan referensi kepada kita, kepada perusahaan.	
P	Baik, berarti bisa dikatakan berarti strategi follow up ini memberikan peran penting didalam penjualan dari si personal selling ini sendiri Pak. Untuk menurut pengalaman Bapak sendiri untuk sejauh ini, persentasi dari keberhasilan dari follow up ini berapa persen Pak?	Keberhasilan dari strategi
BG	Persentase tergantung dari si sales itu sendiri begitu ya, kalua sampai saat ini, kalau dijalanin dengan baik begitu ya, hampir 50 bahkan 60% data yang ada itu ter follow Up dengan baik, terdistribusi dengan baik, terlayani dengan baik begitu, sehingga tingkat kepuasannya makin tinggi, akan juga meningkatkan revenue penjualan tetapi kalau yang dikejar hanya seling seling, jualan jualan terus, customer ditelepon untuk jualan jualan ya gak usah nunggu lama begitu ya, database yang mungkin sudah terkumpul akhirnya lama lama akan busuk dan gak mungkin gak mau lagi ditawarkan bahkan yang paling jeleknya yang ditakutin adalah gak mereferensikan tuh bahkan bilang ohh gak usah beli diperusahaan itu, takutnya nantinya diteror dan sebgainya, nah hindari buat customer itu gak nyaman dan puas, buat customer itu puas dan nyaman, yang paling penting hindarin perilaku follow up yang kurang tepat begitu ya, sporadis, seling seling ada kalanya helping dibantu dengan selling, helping, kita tolong terus, eh berikan informasi informasi yang baik juga berikan edukasi edukasi, karena	

	sekali lagi, tidak menutup kemungkinan dia membeli produk yang lain.	
P	Kemudian Pak untuk pertanyaan berikutnya, Apakah ada evaluasi yang dilakukan terhadap strategi tersebut untuk melihat seberapa jauh efektifitas dari strategi yang telah diterapkan?	Evaluasi Strategi
BG	Tentu, karena kan ada 4 cara tadi tuh, pertama ngumpulkan data, setelah kita kumpulkan bahwa beberapa kendala keberatan konsumen, anggap lah, mahal, atau pikir piker atau diskusi nah dari sekian banyak data, akhirnya kita putuskan untuk melakukan salah satu strategi begitu ya, nah dari cara ini yang sudah kita lakukan selama periode mungkin 3 – 6 bulan dilakukan, apakah ada progress? Terutama dari persentase anggaplah hamper 80% keberatan mahal, setelah dilakukan tindakan ini, apakah jadi menurun atau jadi lebih buruk, karena kalau misalkan lebih buruk akan harus dilakukan segera gitu ya, karena kalau terlalu lama juga secara penghasilan ataupun omset juga akan berpengaruh, makanya kalau sales gitu ya, penjualan harus sensitive, segala bentuk keberatan ataupun strategi harus segera dilakukan evaluasi supaya nantinya tau bahwa ini perlu dilanjutkan atau distop.	
P	Baik Bapak, Terima kasih. Kemudian untuk pertanyaan berikutnya, bagaimana penerapan dari strategi tersebut apakah ada kiat kiat yang dilakukan?	Penerapan Strategi
BG	Untuk yang dilakukan kalau Gogomall sendiri gitu ya, lakukan beberapa training biasanya, training ini gak cukup sekali bahkan sampai berkali kali, akhirnya membuat si sales membuat jenuh, jenuh nya ini tapi membuat dia akan terus terbiasa, orang bisa karena biasa, bahkan tidak menutup kemungkinan manajemen pun ikut andil bagian untuk melakukan test tersebut karena sekali lagi bisa jadi antara yang diinginkan dari perusahaan dan nantinya yang di sampaikan sales biasanya berbeda tuh, makanya manajemen disini melakukan evaluasi bahkan melakukan skrining secara langsung begitu ya, sudah sesuai apa belum? Kalau belum, lakukan terus training, lakukan langsung role play, itu yang dilakukan setiap hari setiap hari supaya mereka lebih paham dan nantinya lebih leluasa dan nantinya gak gagap begitu.	
P	Baik Bapak, kemudian untuk pertanyaan berikutnya apakah ada hambatan hambatan yang dihadapi selama penerapan strategi strategi tersebut baik dari segi si customer ataupun dari segi si personal seling nya sendiri Pak?	Hambatan - hambatan
BG	Jelas pasti ada begitu ya, setiap hambatan pasti ada, tapi yang jelas gimana setiap hambatan ini kita sikapi dengan baik, kalau untuk si personal selling sendiri gak semua orang bisa menangkap yang diinginkan perusahaan dengan baik biasanya terkait komunikasi tadi makanya penting sekali dilakukan training secara continue terkait dengan komunikasi skill, handing objection dan lain sebagainya, supaya si personal selling in bisa memiliki basic yang cukup sehingga pada saat dengan apapun tipikal konsumen dia bisa menghadapi dengan baik, tapi kalau konsumen sampai dengan sejauh ini sih kita bisa handle dengan baik, kuncinya disales itu	

	tadi, kalau sales baik, bisa dengan bangun hubungan baik begitu, sehingga apapun kendalanya bisa di handling dengan baik juga.	
P	Kemudian Bapak, dari setelah terjadinya penerapan penerapan dari strategi strategi tersebut, apakah kita bisa lihat, apa adanya peningkatan dari penjualan itu tersebut? Atau omset dari penjualannya?	Keberhasilan strategi
BG	Tentu karenakan setiap cara ujung pangkal nya adalah hasil. Ya kalau hasilnya ternyata cara A tidak sesuai harus improve cara B, ya ujung ujungnya revenue omset harus meningkat karena sales ya omset begitu, jadi kalau cara itu gak efektif, bukan gak berhasil, mungkin caranya yang disampaikan salah, nah itu perlu improvement lagi, segala cara gak ada yang salah, yang salah adalah yang tidak melakukan cara tersebut.	
P	Baik, berarti dengan kata lain memang sistrateginya itu memang harus diterapkan secara keseluruhan, baik Bapak, boleh diinformasikan gka Pak, sedikit bocoran Pak untuk angka dari omsetnya, mungkin ada beberapa yang penerapan nya belum terlalu baik, setelah dievaluasi kembali angka omsetnya jadi lebih meningkat begitu Pak	Strategi dalam upaya meningkatkan penjualan
BG	Oke, karena kendala yang terbarukan jelas terkait dengan factor ekonomi nih, setelah factor covid jelas akan berdampak kepada daya beli konsumen makin turun, tapi dari titik itu kita tidak menyerah. Terus dilakukan improvement, dan juga strategi komunikasi, follow up gitu ya, untuk tujuannya adalah dimana walaupun konsumen ada kendala pada keuangan tapi dengan dilakukan beberapa trik ataupun cara strategi tersebut akan meningkat, contohnya kemarin omset keseluruhan divisi biasanya hanya 6 bahkan mentok di 7 tapi setelah dilakukan improvement dan dilakukan training dan dilakukan roleplay yang menyeluruh begitu ya, dan semua bersedia untuk lakukan perubahan itu terjadi peningkatan yang cukup signifikan begitu 9 sampai dengan 10 M/bln. Karena kan sekali lagi follow up itu kuncinya karena mungkinsekali lagi banyak orang yang pada kesempatan kali ini gak bisa dating, nah kita gunakan kesempatan referral itu untuk bisa mendapatkan keuntungan yang berlipat.	
P	Baik Bapak Terima kasih atas informasi yang diberikan, berarti strategi follow up ini memiliki peranan penting dalam meningkat penjualan itu sendiri, betul ya Pak ya?	
BG	Betul sekali.	
P	Baik Bapak, terima kasih Bapak untuk waktunya, semoga kedepannya akan lebih baiknya, untuk omset perusahaan juga akan lebih meningkat ya Pak setelah diterapkan nya strategi strategi ini.	Penutup
BG	Baik, Terima kasih	

Lampiran II

Hasil Wawancara Informan	*P : Pewawancara
Ibu Atik Wirna Ningsih	*A : Ibu Atik Wirna Ningsih
SPV	

	Hasil Wawancara	Deskripsi
P	Selamat Siang Ibu, perkenalkan saya Ade Tri Juita Sihotang, saya merupakan mahasiswa semester 8 dari Universitas Esa Unggul, dimana saat ini saya sedang melakukan penelitian di Gogomall mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh personal selling gogomall dalam upaya meningkatkan omset penjualannya. Sebelumnya ini saya ijin rekam boleh ya Bu?	Pembukaan
A	Boleh, silahkan.	
P	Baik, terima kasih Bu. Boleh dibantu perkenalkan Ibu untuk nama, usia dan juga saat ini Ibu menjabat sebagai apa di gogomall.	Perkenalan
A	Baik, saya Atik Wirna Ningsih, usia saya 34 tahun, saat ini saya menjabat sebagai supervisor divisi showroom.	
P	Boleh dibantu jelaskan Ibu, untuk divisi showroom Ibu tanggung jawabnya seperti apa?	
A	Bertanggung jawab untuk mengawasi kegiatan transaksi penjualan di showroom.	
P	Baik, terima kasih Bu, sebelumnya dibantu informasikan kalau untuk gogomall ini sendiri perusahaan bergerak dibidang apa Ibu?	Profile perusahaan
A	Gogomall merupakan perusahaan distributor alat kesehatan yang menggunakan teknologi Jerman dan untuk perakitan dari China langsung. Dan bisa dikatakan produk kita ini import dari China, akan tetapi produk kita juga sudah terdaftar dikemenkes RI sebagai alat kesehatan. Gogomall menggunakan media promosi melalui tayangan kita di metro tv divisi showroom ini memang bertanggung jawab untuk melayani customer yang menonton tayangan kami di metro tv, tetapi belum yakin sehingga mereka melakukan kunjungan ke showroom.	
P	Baik, terima kasih Ibu, saya mau bertanya mengenai point nya langsung. Apa saja yang menjadi strategi komunikasi personal selling dari Gogomall Bu?	Strategi Personal Selling
A	Baik, untuk tahap awal itu saat customer datang ke showroom, biasa sebagai sales kita melakukan pendekatan terlebih dahulu. Melakukan Pendekatan, Hal yang pertama kali yang dilakukan seorang personal selling, adalah menyambut dan mempersilahkan untuk duduk. Kemudian Membangun hubungan, langkah selanjutnya seorang personal selling harus mampu membangun hubungan, dengan menumbuhkan trust customer kepada personal selling sehingga akan menciptakan komunikasi yang berkelanjutan, ini merupakan gerbang utama seorang personal selling keberhasilan terjadinya transaksi. Kemudian Mencari tahu apa yang dibutuhkan oleh customer, agar komunikasi yang terjalin dapat sukses, seorang	

	<p>personal selling harus mampu memberikan apa solusi yang dibutuhkan oleh customers, tujuannya untuk memberikan kesan, seorang personal selling bukan hanya menjual produk tetapi juga memahami apa yang dibutuhkan oleh seorang customer. Kemudian, Presentasi, Setelah seorang personal selling mendapatkan informasi tersebut, langkah selanjutnya adalah, kita menginformasikan mengenai produk yang dibutuhkan, pada tahap ini seorang personal selling menjelaskan mengenai cara kerja produk, manfaat produk, cara pengoprasiaan produk. Kemudian Handling Objection, tidak semua customers akan dengan mudah menerima atau percaya terhadap produk yang ditawarkan, terkadang mereka juga akan memberikan penolakan atau ketidakpercayaan terhadap produk yang ditawarkan, pada tahap ini seorang personal selling harus mampu menanganinya dengan cara memberikan informasi tambahan lainnya seperti bahwa produk kita sudah terdaftar dikemenkes RI atau memberikan terstimoni testimoni customers yang sudah ada, kemudian menawarkan untuk konsultasi dengan dokter dari gogomall. Terakhir, Closing, tahapan ini merupakan tahapan akhir terjadinya transaksi, tahap ini akan berhasil jika seorang personal selling mampu memberikan keseluruhan informasi yang dibutuhkan oleh customers. Kemudian strategi tambahan lagi jika tidak terjadi transaksi, kemungkinan kita setelah beberapa hari kemudia kita akan coba menghubungi kembali customers tersebut, untuk menanyakan kabar, memberikan informasi promosi produk saat ini, kemudian juga bisa kita tawarkan untuk konsultasi dengan team dokter kami atau bisa juga juga memberikan testimoni testimoni lain yang lebih meyakinkan ke customers nya.</p>	
P	Baik Ibu, pertanyaan berikutnya, bagaimana penerapan dari strategi ini kepada setiap personal selling Ibu?	Penerapan Strategi
A	Baik, biasanya kita akan memberikan training kepada setiap sales mengenai strategi strategi yang harus diterapkan dalam menangani customers guna untuk menyukseskan terjadinya transaksi.	
P	Baik, terima kasih Ibu, Pertanyaan berikutnya apakah strategi atau cara tersebut cukup efektif dalam menyukseskan penjualan Ibu?	Efektivitas strategi <i>personal selling</i>
A	Untuk sejauh ini efektif, akan tetapi yang Namanya penjualan pasti akan ada pasang surutnya juga tidak selalu bagus. Tetapi memang kita pasti akan ada langkah langkah selanjutnya untuk mempertahankan angka penjualan kita dishowroom.	
P	Baik Ibu, untuk pertanyaan berikutnya menurut Ibu berdasarkan pengalaman ibu, selama dishowroom apa yang harus dimiliki oleh personal selling untuk menjaga stabilitas angka penjualannya?	Yang harus dimiliki oleh <i>personal selling</i>
A	Baik, untuk diawal pasti menjaga hubungan yang baik, itu hal yang utama. Dan kalau bisa sebagai seorang sales itu harus mampu menjadi pemberi solusi dan dapat berdiri ditengah tengah, tidak hanya focus pada angka penjualan tetapi juga customer mendapatkan manfaat dari produk yang kita tawarkan. Sehingga kedua belah pihak ini sama sama diuntungkan kan. Dan ini yang jarang dimiliki oleh seorang sales dan team saya menerapkan hal ini untuk keuntungan jangka Panjang. Dalam artian jika customers berminat lagi untuk membeli produk, customers akan menghubungi team saya lagi.	

P	Baik Ibu, untuk pertanyaan selanjutnya lalu apakah ada hambatan hambatan yang dihadapi oleh personal selling dalam meningkatkan atau menjaga omset penjualan Ibu?	
A	Memang ada beberapa hal, yang biasanya terjadi After sales yang menurun, banyak kita temukan customers sebelumnya mengalami kekecewaan, karena setelah customers melakukan pembelian, saat customers memiliki kendala, sales tersebut tidak memberikan pelayanan yang baik. Ya bisa dikatakan banyak sales melakukan kesalahan seperti beli putus dan tidak memberikan pelayanan lanjutan biasanya setelah pembelian. Dan didalam team saya, biasanya kita akan memberikan kontak person pribadi agar memudah customers tersebut jika mengalami kendala kedepannya. Kemudian customers tidak nyaman. Banyak juga sales lain yang membuat customers tidak nyaman seperti, dikejar kejar, kemudian dihubungi terus menerus untuk segera melakukan pembelian, dan kalau diteam saya tidak menerapkan hal tersebut karena diteam saya lebih mementingkan kenyamanan untuk customers. Yang terakhir kali terjadi beberapa saat yang lalu perusahaan memang mengalami penurunan omset penjualan dikarenakan masih adanya dampak covid dan juga ditambah gencarnya informasi informasi mengenai akan terjadinya resesi, sehingga customers lebih memilih untuk saving money.	Hambatan - hambatan
P	Baik Ibu, untuk pertanyaan selanjutnya. Apa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan angka penjualan atau omset penjualannya?	
A	Baik, biasanya kalau diteam saya, ini kita memanfaatkan data data customers yang sudah ada yang sudah pernah melakukan pembelian kita olah kembali dengan cara menghubungi mereka kembali dengan cara menawarkan produk baru, menawarkan program referral bagi mereka yang ingin menawarkan kepada kerabat, saudara, rekan. Customers yang sudah ada pun dapat kita manfaatkan menjadi marketing kita. Jadi memang customers ini memang sudah pakai produk kita dan juga memang sudah merasakan manfaat dari produk kita juga sehingga dapat menunjang tingkat kepercayaan customers yang direkomendasikan. Jadi dari perusahaan memang menyediakan program referral. Referral ini bisa dibidang untuk customers yang merekomendasikan kepada customers lain seperti rekan atau kerabat. Customers yang merekomendasikan akan mendapatkan reward seperti komisi sebanyak 10% dari setiap produk yang direkomendasikan. Dan hasilnya juga memang memuaskan dan dapat terjadi peningkatan penjualan sekitar kurang lebih 40-50%. Dan cara ini sangat bermanfaat dalam upaya meningkatkan penjualan kita. Jadi kita tidak berfokus mencari customers baru jadi kita dapat memanfaatkan data yang sudah ada. Seperti sebelumnya pada perusahaan mengalami penurunan omset untuk divisi lain dan juga divisi mengalami penurunan penjualan. Tetapi Allhamdulillah diteam saya ini walaupun memang mengalami penurunan tetapi tidak sejauh divisi lain. Karena mengolah data yang sudah data. Diteam saya untuk follow up data customers yang sudah ada kita olah kembali atau kita follow up kembali untuk menunjang penjualan atau omset penjualan kita.	Upaya dalam meningkatkan penjualan

P	Baik Ibu, terima kasih atas waktu yang Ibu berikan kesaya mudah mudahan untuk kedepannya omset penjualan didivisi Ibu semakin lebih baik lagi dan tetap survive walaupun mengalami hambatan hambatan lainnya.	Penutup
A	Baik, Terima kasih.	