

# **PROFESSIONAL SELLING**

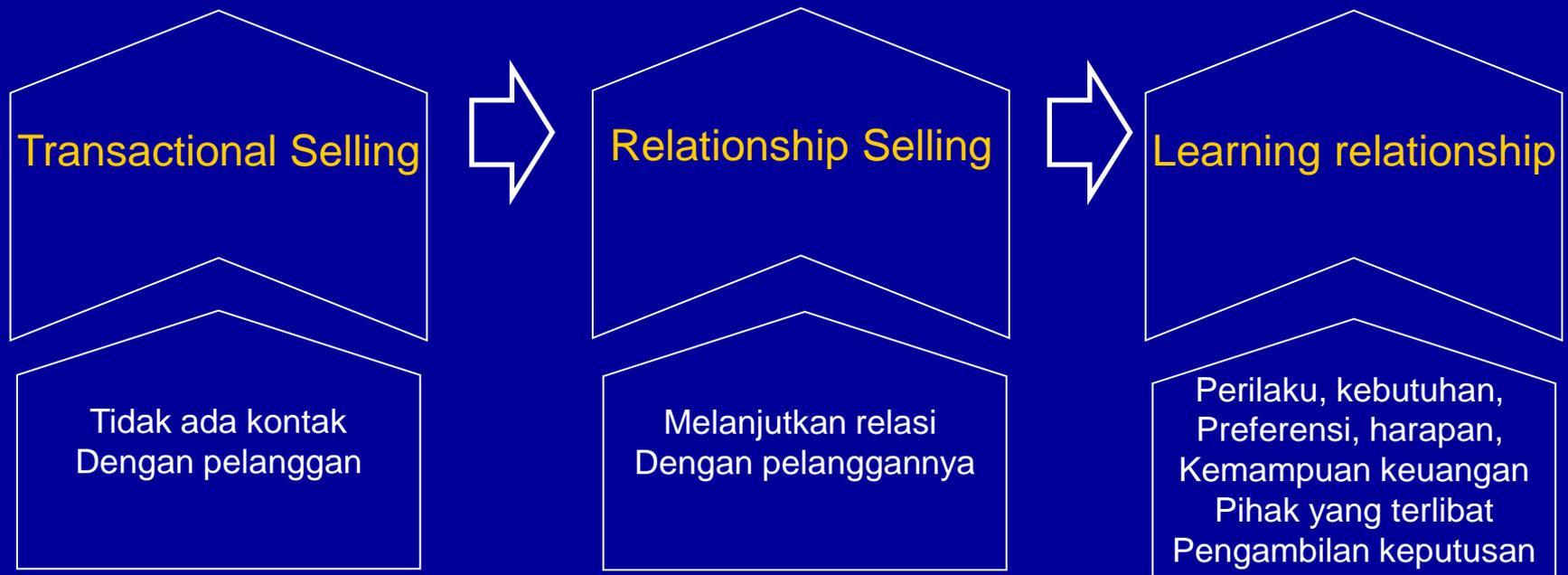
**Budi Sulistyono**

# TREND PEMASARAN dan PENJUALAN ABAD 21

Pendekatan transaksional ke pendekatan Relasional dengan berfokus kepada pemenuhan kebutuhan, kepuasan dan kesenangan pelanggan

Permintaan pelanggan tidak hanya berfokus pada kualitas produk tetapi juga pada bagaimana produk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan

# RELATIONSHIP IS THE KEY OF SUCCESSFUL SELLING



Pembelajaran dua arah

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEGIATAN PEMASARAN/PENJUALAN

## ***NEEDS***

Kebutuhan (needs) yang merupakan perasaan atas belum terpenuhinya beberapa kepuasan dasar

## ***WANTS***

Keinginan (wants) adalah hasrat untuk memenuhi kebutuhan secara lebih spesifik

## ***DEMAND***

Permintaan (demand ) merupakan keinginan terhadap jasa/produk yang spesifik dan didukung Oleh kemampuan dan keinginan untuk membeli

# TIGA FALSAFAH PENJUALAN

1. Orang membeli dari orang yang disukai
2. Orang menerima anda kalau mereka mengerti apa yang anda katakan
3. Orang membeli apa yang mereka inginkan bukan yang dibutuhkan

# EMPAT PRINSIP KEBERHASILAN DALAM MENJUAL

1. BUAT RENCANA PENJUALAN (*SET GOALS*)
2. TUMBUHKAN KEPERCAYAAN DIRI
3. GIGIH, TIDAK PANTANG MENYERAH
4. LAKUKAN DENGAN PERASAAN SENANG

# **TUJUH LANGKAH DALAM KEGIATAN MENJUAL**

***1. PRODUCT KNOWLEDGE***

***2. PLANNING (SET-GOALS)***

***3. PROSPECTING***

***4. SALES-TALK/PRESENTATION***

***5. RECOMMENDING***

***6. CLOSING***

***7. AFTER SALES SERVICE***

# PRODUCT KNOWLEDGE

Kunci utama Sukses penjualan adalah Penguasaan terhadap apa yang dijual

## SEGMENT KEL. AGUNG PODOMORO GROUP

- EKSEKUTIF GROUP
- HEALTHY LIFESTYLE GROUP
- URBAN LIFESTYLE GROUP
- COMPLETE INFRASTRUCTURE GROUP

# GOAL SETTING

Mulailah dengan **MIMPI**

# What is PROSPECTING

PROSPECTING is the  
OPPORTUNITY TO EARN INCOME

## NETWORKING

JARINGAN HUBUNGAN YANG  
DIBENTUK UNTUK  
MEMPERBANYAK PROSPEK

# POTENTIAL PROSPECT

➤ NEEDS

➤ MONEY

➤ AUTHORITY

# SUMBER PROSPEK

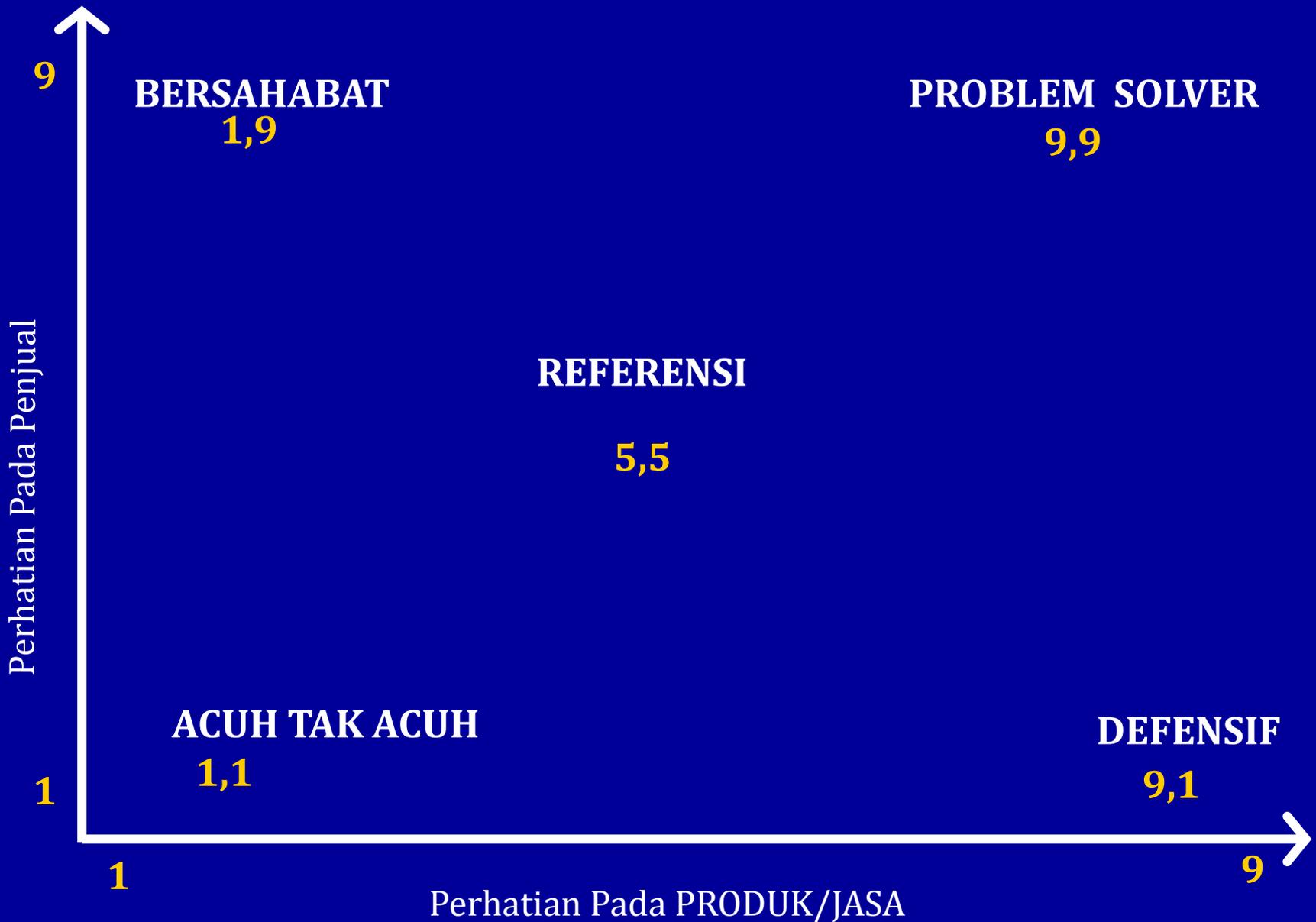
- ✓ REFERENSI, dari pelanggan lama, pemasok, agen penjualan dan lain-lain
- ✓ TEMAN, KENALAN
- ✓ DIREKTORI (buku telepon dan lain-lain)
- ✓ PAMERAN (pameran mobil, rumah, komputer dll)
- ✓ WEB SITE
- ✓ NETWORKING
- ✓ SEMINAR-SEMINAR BISNIS
- ✓ Dan lain-lain

# **MENGENAL PERILAKU PELANGGAN**

# BUYING CENTER

- ✓ Initiator
- ✓ Influencer
- ✓ Decision Maker
- ✓ Buyer
- ✓ User
- ✓ Goal Keeper

# CUSTOMER GRID



# SALES GRID

Perhatian Pada Pelanggan

**BERSAHABAT (1,9)** -  
Perhatian pada pelanggan secara personal (Emotional)  
Lupa terhadap Fungsinya menjual produk

**RUTIN**  
-Gaya penjualan apa adanya

(5,5)

**PROBLEM SOLVER (9,9)**  
- Sebagai Mitra pelanggan (Total Solution)  
- Menghubungkan produk dengan kebutuhan pelanggan

**ACUH TAK ACUH (1,1)**-  
Tidak perhatian pada kebutuhan pelanggan  
- Tidak perhatian terhadap produk

**AGRESIF (9,1)** -  
Menjual Produk tanpa memperhatikan kebutuhan pelanggan  
- Mengajari pelanggan untuk mengambil keputusan

Perhatian Pada PRODUK

# **PROFFESIONAL PERFORMANCE Of SALESPEOPLE**

# PROFFESIONAL PERFORMANCE Of SALESPEOPLE

- KEPERCAYAAN DIRI
- PENAMPILAN DIRI

# KEPERCAYAAN DIRI

Kemampuan untuk mengarahkan akal, perasaan dan tindakan dalam kendali diri, dimana aktivitasnya dilakukan tanpa beban.

# GEJALA TIDAK PERCAYA DIRI

1. Berbicara ragu-ragu
2. Acuh tak acuh
3. Menarik diri
4. Aktivitas yang berlebihan
5. Menonjolkan Materi

# **PENYEBAB TIDAK PERCAYA DIRI**

1. Tidak memahami diri
2. Tidak memahami Lingkungan

# CARA MENINGKATKAN PERCAYA DIRI

- 1.Sadar akan keadaan diri
- 2.Mencari penyebabnya
- 3.Mempunyai kemauan untuk merubah
- 4.Mengembangkan potensi
- 5.Meminimumkan kelemahan

# MENGEMBANGKAN KEKUATAN

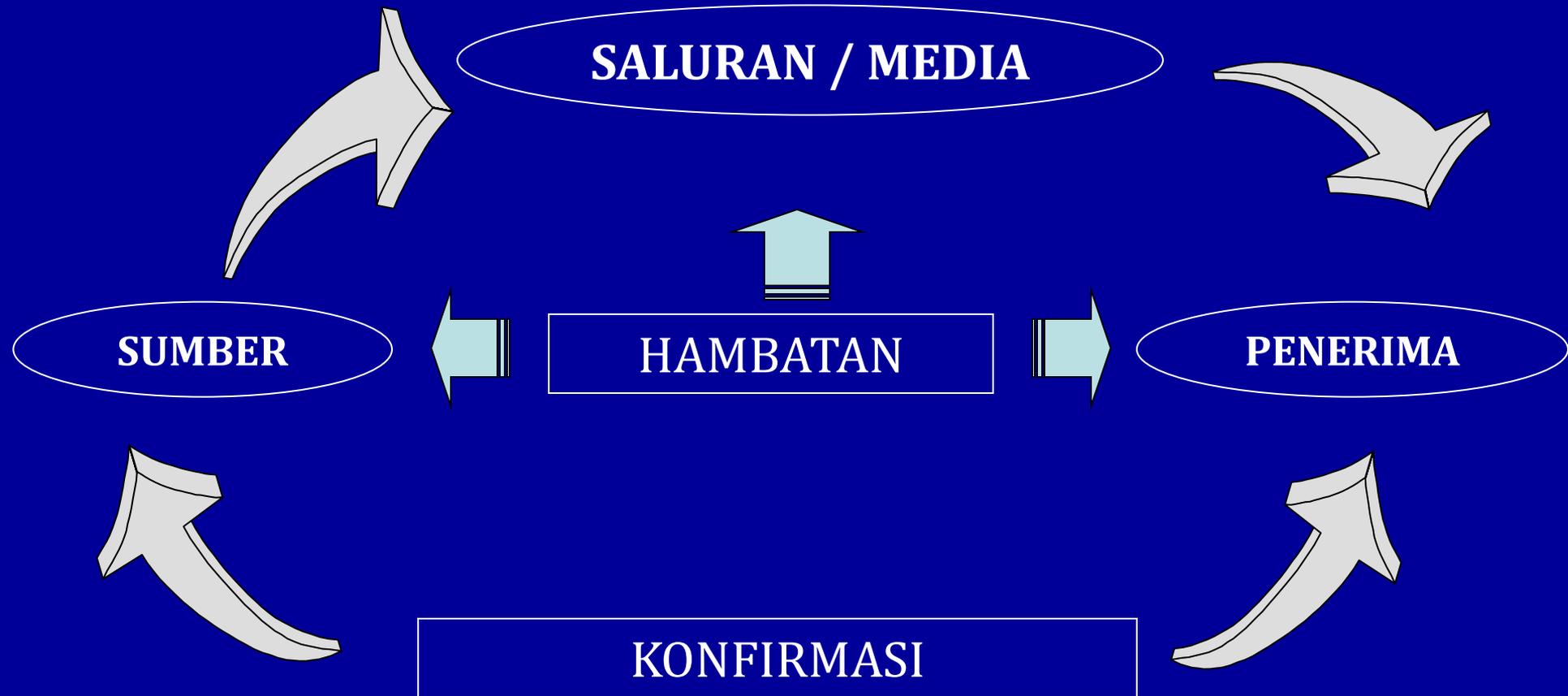
1. Memiliki cita-cita rasional
2. Mencatat prestasi yang pernah diperoleh
3. Meluaskan wawasan
4. Memulai sesuatu dengan hal-hal yang betul-betul dikuasai

**COMMUNICATION SKILL FOR SALESPEOPLE  
SALES PRESENTATION AND  
SALES TALKS TECHNIQUE**

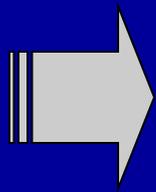
# **KOMUNIKASI**

PROSES MENYAMPAIKAN  
PESAN DARI SESEORANG  
KEPADA ORANG LAIN DAN PROSES  
PENERIMAAN PESAN TERSEBUT

# MODEL PROSES KOMUNIKASI



# **KIAT SUKSES dalam SALES COMMUNICATION**



**MENDENGARKAN SECARA AKTIF  
(ACTIVE LISTENING)**

# **KEUNTUNGAN MENDENGARKAN AKTIF**

**(dalam komunikasi penjualan)**

- ✓ Pelanggan merasa dianggap penting/dihargai
- ✓ Kita menangkap keinginan pelanggan dengan baik

**PERAN STATUS – EGO**  
**dalam kelancaran**  
**KOMUNIKASI PENJUALAN**

# STATUS EGO YANG MEMPENGARUHI CARA ORANG BERKOMUNIKASI

## 1. Orang Tua

- Orang Tua Memelihara (OM)
- Orang Tua peng-Kritik (OK)

## 2. Dewasa

## 3. Anak - Anak

- Anak pemBerontak (AB)
- Anak Alamiah (AA)
- Anak penyesuai (AP)

**The art of  
SALES TALK AND  
SALES PRESENTATION**

# The art of **SALES PRESENTATION/SALES TALK**

Suatu seni dalam berkomunikasi,

## **PENJUAL**

menyampaikan **SELLING BENEFIT** dan hal lain yang menyangkut produk atau jasa yang ditawarkannya kepada orang lain.

Diharapkan orang lain akan tertarik mendengarkan dan melakukan tindakan sesuai dengan maksud presentasi

# ROLE PLAY 1

PERUSAHAAN ANDA AKAN SEGERA MELUNCURKAN SEBUAH APARTEMEN YANG DIBERI NAMA “ **MENTENG PALACE** “ SEBUAH APARTEMEN YANG MENJADI IKON KOTA JAKARTA APARYTEMEN INI DIHARAPKAN MENJADI TREND SETTER BAGI KALANGAN EKSEKUTIF YANG SUDAH MAPAN MAUPUN YANG BARU MENPUNYAI JABATAN BERGENGSI DI TEMPAT KERJA MASING-MASING ANDA MENCOBA **MEYAKINKAN** CALON PEMBELI UNTUK MAU MEMBELI APARTEMEN INI

## Hambatan dalam **SALES PRESENTASI dan SALES TALKS**

- Masalah PRODUCT KNOWLEDGE
- Tidak percaya DIRI
- Kurangnya alat peraga
- Tidak memahami keinginan pendengar

# TAHAPAN PRESENTASI/SALES TALKS

1. PERSIAPAN

2. PENYAMPAIAN

- ✓ PEMBUKAAN (The Opening)
- ✓ PEMBAHASAN (The Body)
- ✓ PENUTUPAN (The Closing)

# LANGKAH-LANGKAH PERSIAPAN PRESENTASI/SALES TALK

- ✓ Menganalisis Profil Pelanggan/Calon Pelanggan
- ✓ Menetapkan Tujuan dan Sasaran
- ✓ Menyiapkan Rencana Presentasi
- ✓ Menyiapkan Bahan
- ✓ Menyiapkan Alat Bantu Presentasi

# **Bagaimana Cara Mengatasi Pelanggan yang Sulit**

“ ...Cara sukses untuk memperoleh keberhasilan dalam menjual adalah memiliki keahlian dalam membina hubungan dengan orang... “

Termasuk dengan orang-orang yang Anda anggap

Sebagai “ **Pelanggan yang Sulit** “  
**((DIFFICULT CUSTOMER))**

Terinspirasi dari ;

Les Giblin author of “**The Art of dealing with People**’

We call a customer **difficult** when we get uncomfortable feelings in our body while with them or thinking about them

*Seseorang disebut “pelanggan yang sulit”  
bila kita merasa tidak nyaman  
Bersamanya atau bahkan sekadar memikirkannya*

Their actions, or they say screech across the grooves of our mind

# Teknik mengubah DIFFICULT CUSTOMER menjadi PROSPECT CUSTOMER

- Don't take it personally
- PERCAYA DIRI ...You are the Best in Your Job
- Perlihatkan Anda PEDULI
- Libatkan seseorang setelah Difficult Customer pergi
- Kelola rasa stress Anda
- Libatkan Supervisor atau Mentor Anda
- Kuasai Effective Communication Skills

# **HANDLING COMPLAIN TECHNIQUE**

**MENGAPA COMPLAIN  
HARUS DITANGANI ?**

# MENGAPA COMPLAIN HARUS DITANGANI ?

Hasil data statistik \*) menunjukkan:

1% Meninggal

3% Pindah

5% Minat berubah

9% Karena alasan yang kompetitif

15% Karena produk tidak memuaskan

68% Karena mereka diperlakukan kasar,  
kurang diperhatikan atau tidak dihargai

\*) Quality at Work

# MENGAPA PELANGGAN KOMPLAIN

Hasil studi menunjukkan ;

Rata-rata biaya :

- *Untuk memperoleh satu orang pelanggan baru*
- *Untuk mempertahankan pelanggan agar tetap merasa puas:*

	<b>USD 118,16</b>
	<b><u>USD 19,76</u></b>
<b>Selisih</b>	<b>USD 98,40</b>

- Biaya untuk memperoleh seseorang pelanggan baru adalah (enam) kali lebih mahal, dibandingkan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.



# **CARA MENGHINDARI KEMUNGKINAN TIMBULNYA KOMPLAIN**

- A. BUAT TITIK TEMU DENGAN PELANGGAN**
- B. TINGKATKAN KEMAMPUAN MELAYANI**

# MENGELOLA KOMPLAIN PELANGGAN DENGAN EFEKTIF

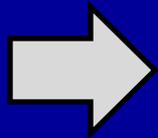
- Minta maaf dan *'Recovery Program'*
- Buat jalur-jalur untuk mengakomodasi KOMPLAIN pelanggan
- Percepat dan permudah penyelesaian KOMPLAIN pelanggan
- *'Check & re-Check'* terhadap penyelesaian KOMPLAIN
- Jangan tinggalkan pelanggan yang pernah melakukan KOMPLAIN
- Ciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan

**SALESCLOSE TECHNIQUE**  
**for**  
**SALESPEOPLE**

# ROLE PLAY 2

ANDA TELAH MENJELASKAN CALON PELANGGAN ANDA TENTANG  
APARTEMEN “ **ISTANA MENTENG** “  
TERMASUK  
KONDISI-KONDISI PEMBAYARAN YANG MELIPUTI KPA,  
INTEREST , DISKON DAN LAINNYA  
MASIH ADA KERAGUAN=KERAGUAN DARI SANG CALON PELANGGAN  
BAGAIMANA CARA ANDA MEYAKINKANNYA DAN MENUTUP

**CLOSING THE SALE** (menutup penjualan)  
tidak akan sulit bila kita memulainya dari



**PROSPECT'S** point of view

- ✓ Apakah saya benar-benar membutuhkannya?
- ✓ Apakah saya harus menunda dulu membelinya?
- ✓ Apa kata teman kalau saya membeli barang ini?
- ✓ Apakah penjual ini dapat dipercaya?

# CLOSING CLUE

“ A closing clue is an indication either verbal or nonverbal,  
That the prospect is preparing is preparing to make  
A BUYING DECISION”

“ Tanda-tanda untuk membeli ditunjukkan dalam  
bentuk verbal atau non-verbal oleh prospek.  
Dengan tanda-tanda tersebut prospek  
sedang bersiap-siap untuk mengambil  
**keputusan untuk membeli ”**

# MENGENALI TANDA-TANDA PEMBELIAN

## (Recognize Closing Clues)

### TANDA-TANDA VERBAL

- ✓ Bertanya
- ✓ Pengakuan
- ✓ Syarat

### TANDA-TANDA NONVERBAL

- ✓ Ekspresi Muka
- ✓ Menggangguk
- ✓ Condong kedepan dan serius
- ✓ Mempelajari Brosur dengan serius

# TANDA-TANDA VERBAL

## ✓ BERTANYA

“Apakah perusahaan Anda menerima pembayaran dengan kredit?”

“Seperti apa garansi yang anda berikan?”

“Seberapa lama perusahaan kami dapat menerima barang yang kami beli dari Anda?”

## ✓ PENGAKUAN

“Saya Menyukai sistim pembayaran yang Anda ajukan”

“Saya sejak dulu memimpikan memiliki barang seperti ini”

“Jadwal pengiriman barang Anda sangat sesuai dengan rencana Operasional Kami”.

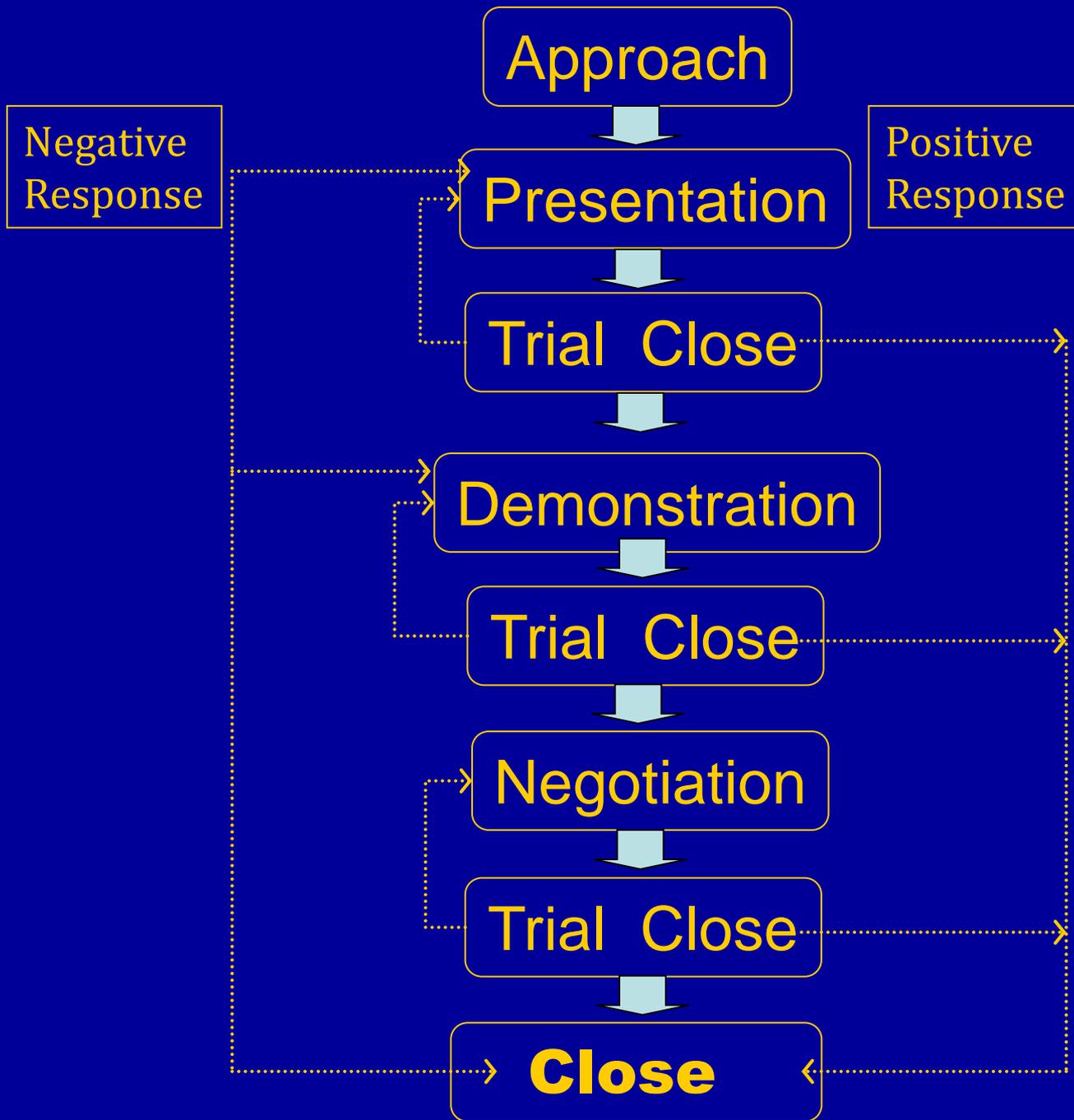
# TANDA-TANDA VERBAL

## ✓ SYARAT

“Apakah Anda dapat mengirimkannya kepada kami dalam dua minggu ini?”

“Anak buah kami memerlukan training untuk mengoperasikan peralatan ini”

“ Bagaimana teknik pemasangan iklan kami di Departemen Store tersebut ?”.



# CONFIRMATION STEP

Bila penjualan telah terjadi diperlukan

## *CONFIRMATION STEP*

Untuk memastikan hal-hal yang disepakati dengan pelanggan mengenai barang yang dibelinya.

Tujuannya adalah mencegah terjadinya,

*Buyer's remorse,*

Yaitu perasaan sesal, takut, tidak nyaman

Dari pembeli

SESUDAH TERJADINYA TRANSAKSI

# BUYER'S REMORSE

## CARA MENANGANI:

- Ucapkan terima kasih
- Beri selamat
- Katakan: “Anda benar-benar orang yang beruntung”
- Buat mereka menyadari bahwa kita tidak menjual dengan memaksa.
- Tanyakan pendapatnya tentang kita

**TERIMA KASIH**