

Penerbit Erlangga senantiasa setiap tahunnya memperdalam ilmu marketing, promosi dan pemasaran para armada marketingnya. Meminta untuk para armada Marketingnya untuk diberikan pengayaan, pemantapan dan refreshing melalui training salesmanship berjenjang. Mulai dari jenjang sales, pengawasan, sampai dengan jenjang manager diberikan pelatihan pengayaan atau pemantapan ilmu marketing. Mengapa demikian? Tentunya karena melihat perilaku konsumen, pengambil keputusan dalam pembelanjaan dan produk yang berubah setiap tahunnya menjadikan Armada Marketing harus senantiasa melakukan *update* akan kemampuan

*hardselling*

dan

*softselling*

menurut narasumber kami Bpk Ongki Widjaya.

Kemampuan *Hardselling* adalah kemampuan menjual yang memperhatikan ratio penjualan, rekam jejak, kompetensi, dan keterampilan. Sedangkan *Softselling* adalah kemampuan menjual yang memperhatikan karakteristik pembeli, hubungan masa depan, dan sikap perilaku sebagai hubungan timbal balik.

Apalagi kemampuan yang harus senantiasa diperkaya marketing? Perubahan pada manusia bisa dikarenakan banyak hal, dan perubahan tersebut memberi pengaruh pada keputusan membeli, sehingga dalam sesi pelatihan marketing baik yang dibawakan oleh Pak Phutut maupun Pak Ongki membahas seputar kemampuan bernegosiasi, kemampuan berkomunikasi, dan **after sales service** yang bertujuan untuk memperoleh dan mempertahankan penjualan.

Dalam menutup atau mendapatkan penjualan, Pak Ongki pun mendefinisikan dalam beberapa tipe seperti *Trial Closing*, atau closing dengan tipe *Assumptive Closing*, *Urgent Closing*, *Alternative Closing*

, dan

*Action Closing*

. Dengan demikian, karyawan atau armada sales kita akan semakin jelas, cepat dan tepat dalam memperoleh jawaban dalam pencarian yang dilakukannya. Sedangkan dalam materi Pak Phutut, ditemukan

*Buying Signal*

atau tanda – tanda bahwa interaksi dapat ditutup dengan sebuah penjualan, contohnya kapan barang bisa diterima, harganya berapa, berapa lama prosesnya dan masih banyak lainnya.

Yang lebih menarik lagi dalam pelatihan ini, jika Pak Ongki menyebutnya *Personal Lobbying*, maka Pak Phutut menggunakan metode psikologi DISC dalam menghadapi dan mengenal perilaku konsumen. Dalam

### *Personal Lobbying*

karyawan/armada marketing anda akan dikenalkan berbagai macam tipe konsumen seperti tipe Dewa, tipe artis, tipe guru besar, tipe bunda penyayang. Menarik memang... Marketing telah dirumuskan dalam sebuah formula. Ketika bertemu dengan tipe guru besar, maka harus dirancang pembicaraan apa yang harus disampaikan, fokus pembicaraan pada hal yang menarik, kemas pembicaraan dan strategi yang disampaikan. Dapat disimpulkan bahwa ilmu marketing sama halnya dengan ilmu memahami manusia. Bekerja sebagai marketing sama halnya anda sedang melakukan riset setiap hari dan memiliki koleksi data setiap pribadi. Salah satu Narasumber kami Pak Phutut dalam sesi pembahasan perilaku konsumen menyampaikan apabila sudah menguasai hal tersebut maka pekerjaan sales menjadi pekerjaan yang menyenangkan.

Hal – hal sederhana pun diingatkan kembali oleh para Narasumber marketing kita Pak Phutut seperti, “Bunyi paling indah adalah Nama seseorang disebut, menjadi pendengar baik, bicara sesuai minat orang tersebut, dan hindari memberi kritik negatif ataupun menyalahkan”.

Pemberian materi pelatihanpun akan disesuaikan dengan jenjang posisi atau jabatan karyawan tersebut. Sebagaimana dipahami bersama, bahwa posisi GL, Supervisor ataupun level Manager ke atas memiliki tambahan tugas untuk menjaga semua aktivitas kerja tetap berada garis visi-misi perusahaan dan mencapai target rupiah yang ditentukan bersama.

Selain sesi membahas perilaku konsumen dan cara menghadapinya, internal perusahaan pun mengingatkan kembali prospek penjualan yang nyata berjalan, target yang akan diraih dan produk yang dijual serta pengepakannya dari tim produksi yang dilakukan oleh editor dari Penerbit Erlangga.

Dengan demikian para armada marketing semakin memiliki strategi meraih target yang terpadu atau holistik. Kebutuhan akan informasi produk terpenuhi, informasi mengenai bagaimana menghadapi kendala di lapangan terpenuhi dan alarm dari internal mengenai target rupiah yang mengajak para armada marketing berpikir dan menentukan tentang dateline atau timeline.

Apabila anda berminat, selalu update kinerja armada pemasaran atau marketing perusahaan anda.. segera hubungi kami *ERLASS Professional Training*, contact person : Maria Nurwidi

## **Mengasah Kemampuan Armada Sales Marketing Oleh Penerbit Erlangga**

Written by Administrator

Thursday, 05 October 2017 10:48 -

---

081291788761, Wirasti Wiryono 0818819506, atau Office 021 79180467.