

































menjual atau mendapatkan keuntungan. Dengan demikian seorang penjual harus mampu menciptakan nilai bagi pelanggannya saat menjual produk. Jika tidak demikian, pelanggan akan memilih untuk membeli produk serupa dari perusahaan lain yang menawarkan layanan lebih.

Tipe seorang penjual dapat dibedakan menurut objek dan distribusi penjualan. Jika perusahaan menjual produk kepada konsumen di mana produk yang kita jual tadi diolah atau dijual lagi menjadi produk lain maka penjualan ini dinamakan B2B (*business to business*). Jika perusahaan menjual produk kepada konsumen di mana produk tersebut langsung digunakan manfaatnya sebagai *end user* maka penjualan ini dinamakan B2C (*business to consumer*). Dalam melakukan penjualan ada beberapa jalur yang bisa dilakukan, diantaranya:

- 1) Mengambil produk langsung dari pabrik
- 2) Mengambil produk dari distributor
- 3) Mengambil produk dari toko/retailer
- 4) Menjual jasa atau produk sendiri sesuai dengan kemampuan produsen.

Menurut Kotler & Keller, "*channels* adalah kumpulan organisasi yang saling tergantung atau terlibat satu sama lain dalam











relasi yang lebih mendalam dalam jangka waktu yang panjang. *Self-service*, di sini perusahaan tidak menjaga hubungan secara langsung dengan pelanggan. Pelanggan harus membantu diri mereka sendiri. *Automated service* merupakan hubungan yang lebih canggih dan merupakan evolusi dari *self-service*. *Communities* mulai diaktifkan oleh banyak perusahaan baik secara online maupun offline untuk memfasilitasi penggunanya bertukar pengetahuan atau menyelesaikan masalah mereka. Komunitas juga membantu perusahaan untuk lebih memahami pelanggan mereka. *Co-Creation* yang merupakan transformasi dari pelanggan vendor untuk menciptakan *value* dengan pelanggan.

Dalam menjalin hubungan pelanggan dengan segmen pelanggan tertentu, perusahaan dapat membedakannya dalam beberapa kategori, diantaranya:

- 1) Bantuan personal

Hubungan ini didasarkan pada interaksi antar manusia. Pelanggan dapat berkomunikasi dengan petugas pelayanan pelanggan untuk mendapatkan bantuan selama proses penjualan atau setelah pembelian selesai. Komunikasi ini dapat dilakukan di titik penjualan, melalui *call center*, e-mail, atau saluran lainnya.





























