

SALES MARKETING SERIES



Chat us for enquiries:



Digital Marketing

Deskripsi

Hampir semua industri sudah saling terhubung antara offline dengan online/digital (omni-channel). Pelatihan selama 2 hari ini akan secara lengkap membahas dari hal dasar mengenai digital marketing, berbagai tools & media yang dapat digunakan serta bagaimana cara melakukan aktivasi marketing secara digital.

Tujuan penelitian

1. Memahami apa perbedaan Marketing dan Selling
2. Memahami dasar-dasar dalam Digital Marketing
3. Memahami tujuan dari tahapan aktivasi Digital Marketing
4. Memahami cara pemanfaatan Digital Marketing yang efektif
5. Memahami Teknik dalam beriklan pada META dan Google

Training Methodology

1. Peserta diberikan ujian awal atau pre test minimal 20 pertanyaan
2. Peserta dibentuk kelompok untuk saling diskusi dan menyelesaikan case study.
3. Fasilitator memaparkan materi dengan interaktif disertai kuis, dan case study
4. Peserta mengerjakan ujian final (Post test) diakhir acara

Outline Materi

Pengenalan Digital Marketing

Definisi dan Peran Digital Marketing terhadap Bisnis Perusahaan.

Dasar-dasar penjualan

1. Memahami Target Audiens dan Perjalanan Customer.
2. Menetapkan Tujuan Digital Marketing yang jelas.
3. Pengenalan Dasar mengenai Website, SEO/SEM, PPC, Display Ads dan Email Marketing.

Media Sosial dan Content Marketing

1. Peran Media Sosial dalam Pemasaran.
2. Strategi Konten Media Sosial yang Efektif.
3. Membuat Konten yang Menarik dan Relevan.
4. Cara Mengukur Kinerja Konten dan Media Sosial.

Search Engine Marketing (SEM)

1. Pengenalan META Ad, Google Ad dan TikTok Ad.
2. Optimasi Landing Page.
3. Cara Mengukur Hasil Campaign (Kampanye Iklan)
4. Pemanfaatan Email Marketing dan Best Practices

Praktek Beriklan

1. Teknik Beriklan pada META yang Efektif.
2. Teknik Beriklan pada Google yang Efektif.

Fasilitas Peserta

1. Modul softcopy (file Pdf.)
2. File Latihan
3. Sertifikat
4. Ujian Pre dan Post test

Chat us for enquiries:



*) Metode kami menjunjung pembelajaran orang dewasa (Adult Learning Process)

Handling Customer Complain

Deskripsi

Pelatihan penanganan keluhan pelanggan biasanya mencakup sejumlah materi yang dirancang untuk membekali karyawan dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengatasi situasi yang mungkin muncul selama interaksi dengan pelanggan yang tidak puas.

Outline Materi

1. Keterampilan Komunikasi
2. Kemampuan manajemen empati
3. Teknik problem solving
4. Manajemen emosi
5. Time manajemen
6. Teknik pelacakan keluhan pelanggan
7. Manajemen kinerja customer complaint handling

Tujuan penelitian

1. Mengidentifikasi sumber masalah dengan cepat.
2. Mampu mengembangkan solusi yang memuaskan pelanggan.
3. Mampu Menyediakan opsi penyelesaian yang memadai.
4. Mengoptimalkan waktu dalam menyelesaikan keluhan.
5. Memberikan tanggapan atau solusi dengan cepat.
6. Mampu menilai dan mengukur efektivitas penanganan keluhan dan memahami pentingnya umpan balik pelanggan.

Training Methodology

1. Peserta diberikan ujian awal atau pre test minimal 20 pertanyaan
2. Peserta dibentuk kelompok untuk saling diskusi dan menyelesaikan case study.
3. Fasilitator memaparkan materi dengan interaktif disertai kuis dan case study
4. Peserta mengerjakan ujian final (Post test) di akhir acara.

Fasilitas Peserta

1. Modul softcopy (file Pdf.)
2. File Latihan
3. Sertifikat
4. Ujian Pre dan Post test

Chat us for enquiries:



*) Metode kami menjunjung pembelajaran orang dewasa (Adult Learning Process)

Instant Selling

Deskripsi

Dalam dunia penjualan yang dinamis dan kompetitif, kemampuan membangun hubungan instan dengan calon pembeli menjadi kunci keberhasilan. Pelatihan "Instant Selling" ini dirancang untuk memberikan wawasan dan teknik praktis bagi para profesional penjualan, dari pameran hingga B2B, untuk segera terhubung dan memengaruhi calon pembeli.

Tujuan penelitian

1. Memperkuat kemampuan berkomunikasi dengan calon pembeli secara efektif dan efisien.
2. Mengembangkan teknik untuk memahami kebutuhan dan keinginan calon pembeli secara instan.
3. Meningkatkan keterampilan dalam membangun hubungan dan kepercayaan dengan cepat.
4. Memahami dan menerapkan teknik closing yang meningkatkan konversi penjualan.
5. Menerapkan ilmu membangun likeability dan rapport pada pandangan pertama.

Training Methodology

1. Peserta diberikan ujian awal atau pre test minimal 20 pertanyaan
2. Peserta dibentuk kelompok untuk saling diskusi dan menyelesaikan case study.
3. Fasilitator memaparkan materi dengan interaktif disertai kuis, dan case study
4. Peserta mengerjakan ujian final (Post test) diakhir acara

Outline Materi

People Buy YOU

1. Inti sebenarnya dari sebuah penjualan adalah likeability dan tempatnya yang tepat dalam proses penjualan
2. Konsep dan pentingnya membangun hubungan instan dalam penjualan.

Strategi Rapport Building

1. Menggunakan kesan pertama untuk menarik perhatian pembeli.
2. Menerapkan Modes of Persuasion dalam tahapan penjualan.
3. Membangun trust dengan calon pembeli dalam waktu singkat.

Mengidentifikasi Kebutuhan Pembeli

1. Teknik cepat mengetahui kebutuhan pembeli.
2. Do and Don'ts dalam proses probing.

Handling Objection

1. Metode menangani keberatan langsung di hadapan customer.
2. Mengenali keberatan apa yang valid dan apa yang sebenarnya hanya alasan saja.
3. Mengatasi keberatan sebelum keberatan diutarakan.
4. Mengatasi keberatan dan tetap memiliki hubungan baik dengan calon pembeli setelahnya

Teknik Closing

Teknik closing yang efektif di berbagai situasi dan kondisi.

PDCA dalam Sales

1. Melakukan perbaikan proses penjualan secara berkelanjutan
2. Mengevaluasi proses sales dalam Perusahaan yang dilakukan sendiri maupun oleh team sales.

Chat us for enquiries:



*) Metode kami menjunjung pembelajaran orang dewasa (Adult Learning Process)

Market Research

Deskripsi

Pelatihan Riset Pasar memberikan pendekatan menyeluruh dan praktis untuk membekali peserta dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menjelajahi kerumitan analisis pasar. Dalam program yang dinamis ini, peserta akan mendalami dasar-dasar pengumpulan, interpretasi, dan penerapan data pasar untuk membuat keputusan bisnis yang terinformasi. Melalui sesi interaktif dan latihan praktis, peserta akan memperoleh keahlian dalam merancang survei, menganalisis tren, dan mengekstrak wawasan yang dapat diterapkan. Pelatihan ini dirancang khusus untuk para profesional yang ingin meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan strategis mereka dengan memanfaatkan kekuatan riset pasar, memastikan mereka tetap unggul dalam lanskap bisnis yang selalu berubah

Tujuan penelitian

1. Memahami Riset pemasaran ini untuk menekankan pada tujuan memahami konsumen sebagai salah satu insight atau masukan yang sangat penting bagi perusahaan.
2. Memahami framework, tools & methodology yang umum dipakai dalam Riset pemasaran
3. Memahami teknik pengukuran untuk melihat komposisi segmen, bisa melakukan perancangan teknik pengukuran untuk melihat peta persaingan pasar.

Training Methodology

1. Peserta diberikan ujian awal atau pre test
2. minimal 20 pertanyaan
3. Peserta dibentuk kelompok untuk saling diskusi dan menyelesaikan case study.
4. Fasilitator memaparkan materi dengan interaktif disertai kuis, dan case study
5. Peserta mengerjakan ujian final (Post test) di akhir acara.

Outline Materi

- Sesi 1: Pengenalan Riset Pasar
Sesi 2: Perencanaan dan Desain Survei
Sesi 3: Metode Pengumpulan Data
Sesi 4: Analisis Data
Sesi 5: Penerapan Wawasan dalam Strategi Bisnis
Sesi 6: Pelatihan Praktis dan Penyelesaian Kasus

Fasilitas Peserta

1. Modul softcopy (file Pdf.)
2. File Latihan
3. Sertifikat
4. Ujian Pre dan Post test

Chat us for enquiries:



*) Metode kami menjunjung pembelajaran orang dewasa (Adult Learning Process)

Mastering Negotiations Skills

Seni bernegosiasi untuk mendapatkan hasil win-win

Salah satu tugas sehari-hari seorang karyawan melibatkan interaksi yang membutuhkan negosiasi, dimulai dari pengelolaan sumber daya, menghadapi perbedaan kepentingan, dan mengarahkan percakapan dalam mengatasi masalah untuk mendapatkan solusi yang win-win.

Pelatihan ini membekali karyawan dengan strategi penting dan cara-cara praktis yang dibutuhkan menghadapi negosiasi dalam berbagai situasi, dengan penuh keyakinan. Salah satunya dengan mengajukan pertanyaan yang powerful, memanfaatkan situasi tawar-menawar, dan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Melalui pelatihan ini, peserta akan belajar menguasai proses negosiasi dan mendorong tercapainya solusi win-win.

Dengan pendekatan interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan simulasi dengan skenario dari kejadian sehari-hari, peserta akan dilatih untuk bernegosiasi secara efektif

Tujuan penelitian

1. Memahami esensi negosiasi dalam penjualan B2B Selling di Building Material Business
2. Mengetahui 6 steps of selling dan peranan negosiasi
3. Mengetahui manfaat ZOPA, BATNA dan Reservation Price
4. Four Forces Adaptive Negotiation Style
5. Matrix Negotiation Strategy

Fasilitas Peserta

1. Modul softcopy (file Pdf.)
2. File Latihan
3. Sertifikat
4. Ujian Pre dan Post test

Outline Materi

1. Pilar negosiasi
2. Teknis menjalin hubungan
3. 6 step selling classical 4 T to 5 T
4. BATNA Negotiation framework
5. ZOPA zone of potential agreement
6. Value Creation
7. Reservation Prices
8. Gaya komunikasi vs DISC method
9. Matrix Negotiation Strategy
10. Handling 8 jenis gaya prospek
11. PDCA for sales negotiation

Training Methodology

1. Peserta diberikan ujian awal atau pre test
2. minimal 20 pertanyaan
3. Peserta dibentuk kelompok untuk saling diskusi dan menyelesaikan case study.
4. Fasilitator memaparkan materi dengan interaktif disertai kuis, dan case study
5. Peserta mengerjakan ujian final (Post test) di akhir acara.

Chat us for enquiries:



*) Metode kami menjunjung pembelajaran orang dewasa (Adult learning process)

Selling to the Affluent

Deskripsi

Pelatihan ini menawarkan pendekatan strategis dan terperinci dalam menjual produk dan layanan premium kepada segmen High Net Worth. Peserta akan diajak untuk memahami psikologi, preferensi, dan ekspektasi dari konsumen affluent, serta mengembangkan teknik komunikasi dan penjualan yang resonan dengan nilai dan gaya hidup mereka. Pelatihan ini dirancang untuk memperkuat kemampuan para profesional penjualan dalam menavigasi tantangan unik dan memanfaatkan peluang dalam pasar barang-barang premium.

Tujuan penelitian

1. Mengidentifikasi dan memahami karakteristik serta motivasi konsumen affluent.
2. Mempelajari cara efektif untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan segmen pasar affluent.
3. Mengembangkan strategi penjualan yang disesuaikan untuk meningkatkan daya tarik produk dan layanan premium.
4. Memberikan kemampuan melakukan prospecting framework yang efektif
5. Membedakan target market.
6. Meningkatkan kepercayaan diri dan keterampilan menangani keberatan serta negosiasi dengan konsumen affluent.

Training Methodology

1. Peserta diberikan ujian awal atau pre test minimal 20 pertanyaan
2. Peserta dibentuk kelompok untuk saling diskusi dan menyelesaikan case study.
3. Fasilitator memaparkan materi dengan interaktif disertai kuis, dan case study
4. Peserta mengerjakan ujian final (Post test) diakhir acara

Chat us for enquiries:



*) Metode kami menjunjung pembelajaran orang dewasa (Adult Learning Process)

Outline Materi

Pengenalan Pasar Affluent

1. Definisi dan karakteristik pasar affluent.
2. Psikologi dan perilaku pembelian konsumen affluent.

Strategi Komunikasi Efektif

Teknik komunikasi yang membangun rapport dan resonansi dengan konsumen affluent.

Penyajian Produk dan Layanan Premium

1. Cara efektif menyajikan nilai dan keunikan
2. produk atau layanan premium.

Membangun Hubungan Mutualisme berbasis Value

Strategi untuk membangun dan memelihara hubungan dengan konsumen affluent.

Mengatasi Keberatan dan Negosiasi

1. Teknik mengatasi keberatan khas dari konsumen affluent dan strategi negosiasi.
2. Mengatasi keberatan harga untuk orang yang tidak punya masalah dengan harga

Personal Branding untuk Penjual

Pengembangan personal branding sebagai aset dalam menjual ke pasar affluent.

Case Studies dan Analisis

Analisis kasus nyata penjualan kepada konsumen affluent untuk memperdalam pemahaman.

Evaluasi dan Action Plan

Pembuatan rencana aksi individu untuk implementasi strategi penjualan ke konsumen affluent.

Selling Skill

Deskripsi

Performa Perusahaan yang baik dimulai dari seorang sales person yang memiliki keterampilan menjual yang baik. Keterampilan menjual ini melibatkan bagaimana cara berkomunikasi yang baik, memahami siapa konsumen yang tepat, bagaimana cara memahami kebutuhan konsumen, menghalau objection dan mengarahkan konsumen untuk membeli produk.

Tujuan penelitian

1. Memahami peran penting serta dasar-dasar dalam Penjualan
2. Memahami cara membangun kepercayaan calon konsumen
3. Memahami Teknik dan Proses dalam Sales
4. Memahami pemanfaatan teknologi dalam Penjualan
5. Memahami Teknik dalam mengatasi keberatan dan penolakan

Training Methodology

1. Peserta diberikan ujian awal atau pre test
2. minimal 20 pertanyaan
3. Peserta dibentuk kelompok untuk saling diskusi dan menyelesaikan case study.
4. Fasilitator memaparkan materi dengan interaktif disertai kuis, dan case study
5. Peserta mengerjakan ujian final (Post test) di akhir acara.

Fasilitas Peserta

1. Modul softcopy (file Pdf.)
2. File Latihan
3. Sertifikat
4. Ujian Pre dan Post test

Chat us for enquiries:



*) Metode kami menjunjung pembelajaran orang dewasa (Adult Learning Process)

Outline Materi

Pengenalan Penjualan

1. Memahami Peran dan Tanggung Jawab seorang Profesional Sales.
2. Etika dan Praktik Terbaik dalam Penjualan.

Dasar-dasar penjualan

1. Memahami Sales Funnel.
2. Identifikasi Lead (Prospek) dan Lead Generation.
3. Komunikasi efektif dalam Penjualan.

Membangun Hubungan dan Kepercayaan

1. Keterampilan Mendengarkan secara Aktif.
2. Membangun Kepercayaan dan Kredibilitas.
3. Membangun Personal Brand sebagai Profesional

Sales

1. Teknik Penjualan:
2. Consultative Selling.
3. Solution Selling.
4. Closing Techniques.
5. Upselling dan Cross-Selling

Proses Penjualan (Sales Process)

1. Persiapan dalam Presentasi Penjualan.
2. Menangani Negosiasi Penjualan.

Teknologi dalam Penjualan

1. Memahami CRM.
2. Media Sosial dalam Penjualan.

Mengatasi Keberatan

1. Keberatan Umum dari Konsumen.
2. Menghadapi Penolakan dan Tetap Tangguh.
3. Teknik Mengubah Keberatan (Penolakan) menjadi Peluang

Success Hypnowriting

Deskripsi

Kemampuan komunikasi wajib dimiliki oleh seluruh stakeholder dari suatu Perusahaan. Akan tetapi dengan komunikasi yang standar, maka potensi produk/jasa yang dijual Perusahaan tentu sulit untuk dikenal bahkan dibeli. Untuk itu kemampuan hypnowriting menjadi penting agar dapat membius dan membuat konsumen penasaran dan akhirnya tanpa sadar melakukan pembelian

Tujuan penelitian

1. Memahami definisi dari copywriting
2. Memahami cara menggunakan copy dan hypnowriting
3. Memahami berbagai Teknik dalam broadcast message
4. Memahami teknik story selling yang efektif
5. Memahami teknik dalam closing menggunakan hypnowriting

Training Methodology

- Peserta diberikan ujian awal atau pre test
- minimal 20 pertanyaan
- Peserta dibentuk kelompok untuk saling diskusi dan menyelesaikan case study.
- Fasilitator memaparkan materi dengan interaktif disertai kuis, dan case study
- Peserta mengerjakan ujian final (Post test) di akhir acara.

Fasilitas Peserta

1. Modul softcopy (file Pdf.)
2. File Latihan
3. Sertifikat
4. Ujian Pre dan Post test

Chat us for enquiries:



*) Metode kami menjunjung pembelajaran orang dewasa (Adult Learning Process)

Outline Materi

Copywriting atau Hypnowriting

Memahami Perbedaan antara Copywriting dan Hypnowriting

Cara Mengaplikasikan Hypnowriting

1. Memahami Cara Kerja Otak Calon Konsumen
2. Mengetahui Media Apa Saja yang Dapat digunakan dalam Hypnowriting.

Hypnowriting Pada Broadcast

1. Cara Memulai dari 5W + 1H.
2. Teknik Broadcast Message dengan Why+How,
3. Who + Where dan Broadcast Pain-Gain.

Story Telling Dahulu, Selling Kemudian

1. Teknik HSC
2. Teknik HSO
3. Teknik HAD
4. Teknik Menggunakan Story Highlight pada Media Sosial

Caption dengan Hypnowriting

Teknik Membuat Caption yang Menghipnotis Konsumen.

Closing Techniques

1. Teknik Closing Efektif Menggunakan Hypnowriting.
2. The Final Secret:
3. Pola Penting dalam Copywriting.
4. Rahasia Kebutuhan para Calon Konsumen.
5. 3 (tiga) Teknik Membuat Copywriting yang Super Efektif.