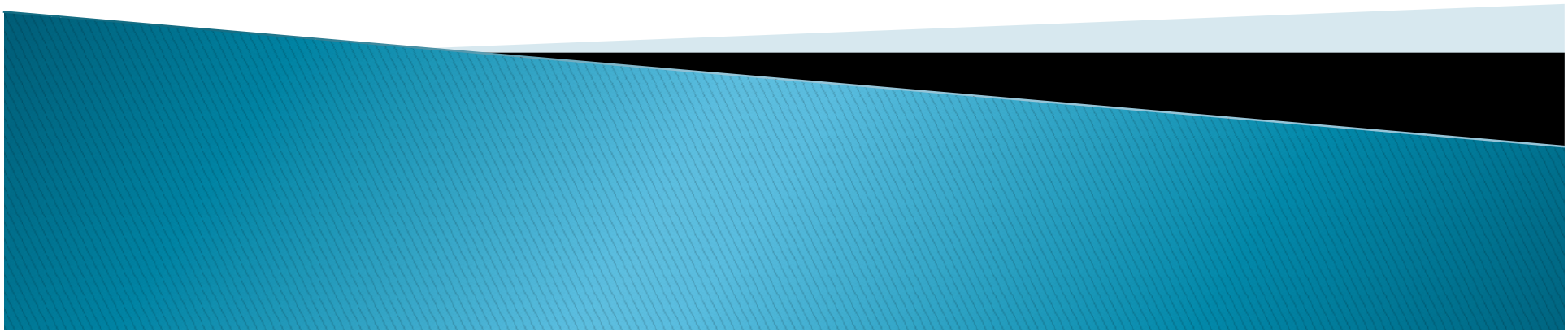
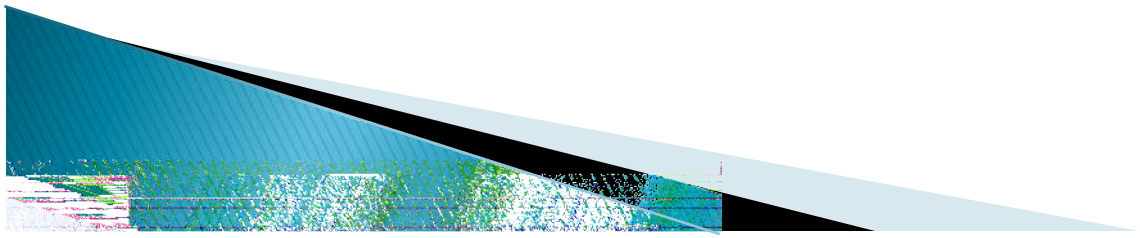
PENJUALAN TATA MUKA (PERSONAL SELLING



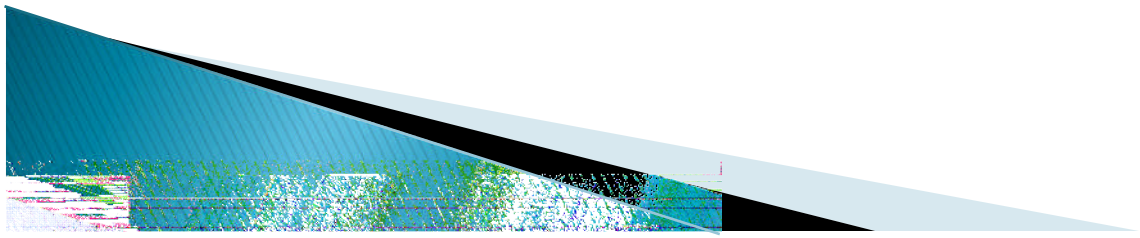
Penjualan Tatap Muka

- Penjualan tatap muka adalah persentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan menciptakan penjualan.
- Menurut kotler dan garry amstrong *penjualan seni kuno yang telah melahirkan banyak literature dan banyak prinsip. Tenaga penjualan yang efektif beroprasi tidak hanya berdasarkan pada insting belaka mereka sangat terlatih dalam penggunaan metode analisis wilayah dan managemen pelanggan*.



Tujuan personal selling

- Kebanyakan personal selling bertujuan untuk mendapatkan pesanan dari calon pembeli. Keberhasilan kampanye dinilai berdasarkan tingkat tanggapan. Tingkat tanggapan pesanan sebesar 25% biasanya dianggap bagus, meskipun angka ini bervariasi menurut jenis dan harga produk.
- Yang lainnya adalah memperkuat hubungan dengan pelanggan



Ciri-ciri personal selling

- *Tatap muka pribadi*

  Penjualan pribadi yang mempunyai hubungan hidup, langsung dan interaktif antara dua pihak atau lebih.
- *Penumpukan hubungan*

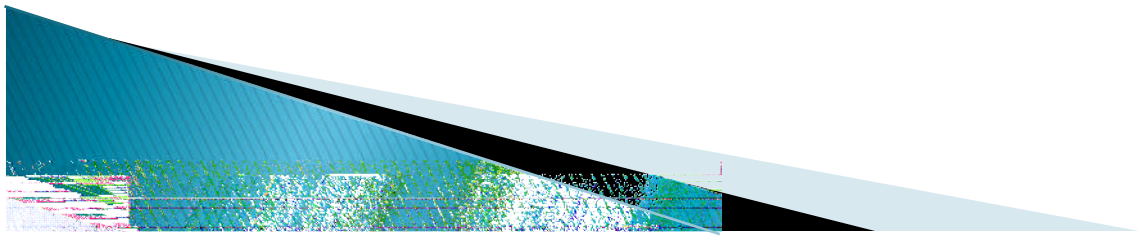
  Dengan penjualan pribadi akan beraneka ragam hubungan, mulai dari hubungan jual beli sampai kepada hubungan persahabatan yang erat.
- *Tanggapan*

  Pembeli lebih tegas dalam mendengarkan dan member tanggapan, sekalipun tanggapannya hanya merupakan ucapan terima kasih.



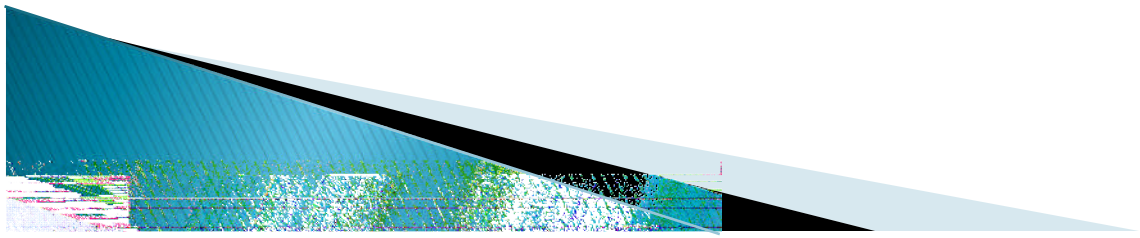
Langkah-langkah dalam penjualan tatap muka

1. Mendesain gugus wiraniaga
   - sasaran wiraniaga
   - strategi wiraniaga
   - struktur wiraniaga
   - menetapkan jumlah wiraniaga
   - menetapkan imbalan wiraniaga
2. Mengelola gugus wiraniaga
   - merekrut dan seleksi wiraniaga
   - mengatur wiraniaga
   - melatih wiraniaga
   - memotivasi wiaraniaga
   - mengevaluasi wiraniaga



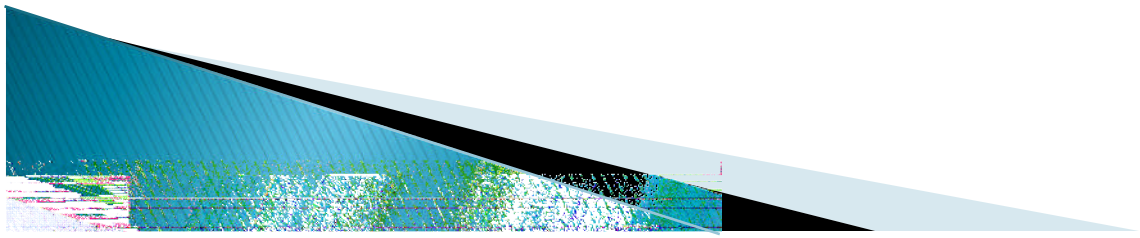
Sifat-sifat personal selling antara lain

- **Personal confrontation**, yaitu adanya hubungan yang hidup, langsung, dan interaktif antara 2 orang atau lebih.
- **Cultivation**, yaitu sifat yang memungkinkan berkembangnya segala macam hubungan, mulai dari sekedar hubungan jual beli sampai dengan suatu hubungan yang lebih akrab.
- **Response**, yaitu situasi yang seolah-olah mengharuskan pelanggan untuk mendengar, memperhatikan, dan menanggapi.



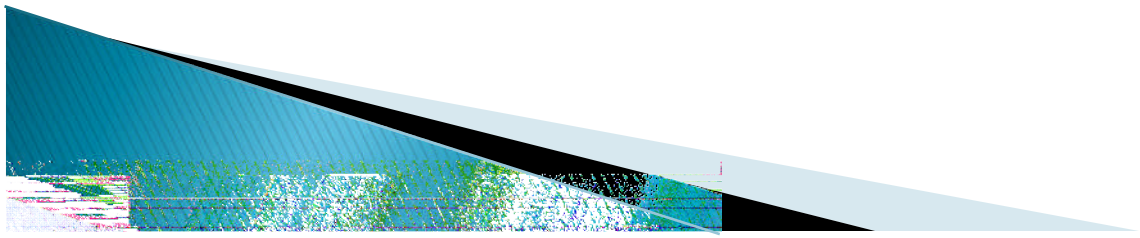
Personal selling

- *Personal selling* merupakan interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen yang membutuhkan jasa, sehingga kedudukan konsumen menjadi sangat penting.
- Teknik promosi dengan menggunakan teknik *personal selling* dalam mempromosikan produknya menggunakan tenaga manusia bukan mesin.
- Orang dalam teknik promosi *personal selling* merupakan bagian dari produk jasa.



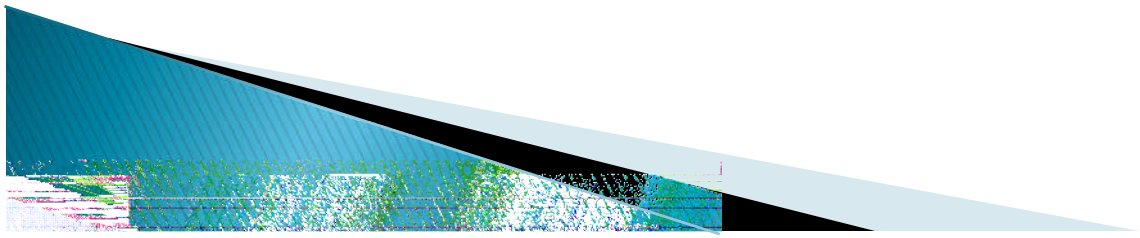
Aktivitas personal selling

- **Prospecting**, yaitu mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan mereka.
- **Targeting**, yaitu mengalokasikan kelangkaan waktu penjual demi pembeli.
- **Communicating**, yaitu memberi informasi mengenai produk perusahaan kepada pelanggan.
- **Selling**, yakni mendekati, mempresentasikan dan mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta menjual produk kepada pelanggan.
- **Servicing**, yakni Memberikan berbagai jasa dan pelayanan kepada pelanggan.
- **Information gathering**, yakni melakukan riset dan intelijen pasar.
- **Allocating**, yaitu menentukan pelanggan yang akan dituju.



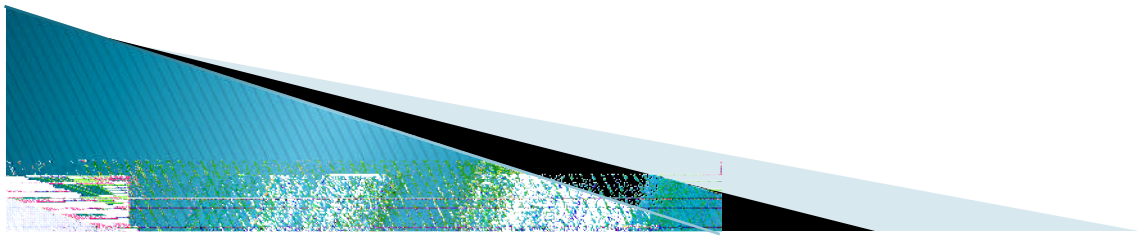
Manfaat penjualan tatap muka

- Penjualan tatap muka secara khusus dapat diarahkan kepada calon konsumen tertentu
- Penjualan tatap muka adalah lebih fleksibel karena jumlah angkatan penjualan dapat bebas ditentukan
- Mungkin manfaat yang lebih penting dari penjualan tatap muka adalah bahwa penjualan tatap muka ini dipandangblebih efektif dari periklanan dalam hal penciptaaan penjualan dan realisasi penandatanganan formulir pesanan oleh konsumen



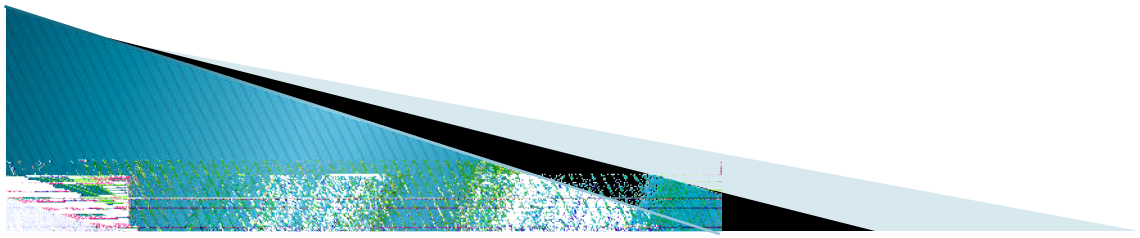
kriteria-kriteria personal selling

- **Salesmanship**
  Penjual harus memiliki pengetahuan tentang produk dan menguasai seni menjual, seperti cara mendekati pelanggan, memberikan presentasi dan demonstrasi, mengatasi penolakan pelanggan, dan mendorong pembelian.
- **Negotiating**
  Penjual harus mempunyai kemampuan untuk bernegosiasi tentang syarat-syarat penjualan.
- **Relationship marketing**
  Penjual harus tahu cara membina dan memelihara hubungan baik dengan para pelanggan.



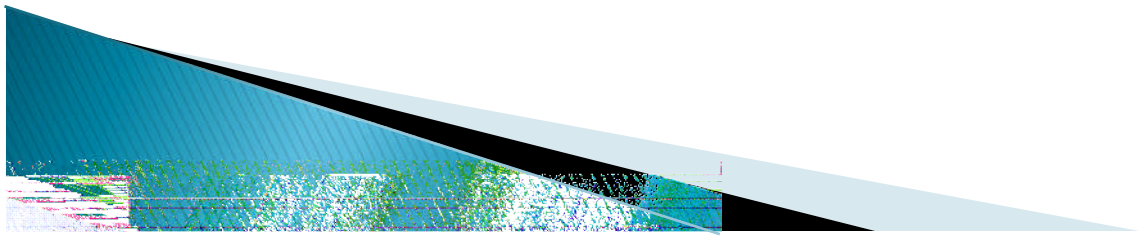
Strategi wiraniaga

- Wiraniaga ke pembeli, dengan berbicara langsung ke pembeli atau calon pembeli atau melalui telepon.
- Wiraniaga ke kelompok pembeli, dimana seorang wiraniaga melakukan presentasi kepada kelompk pembeli.
- Penjual dengan mengadakan konferensi, dengan membawa seorang ahli dari perusanaan untuk masalah dan peluang yang ada secara timbale balik.



Jenis wiraniaga

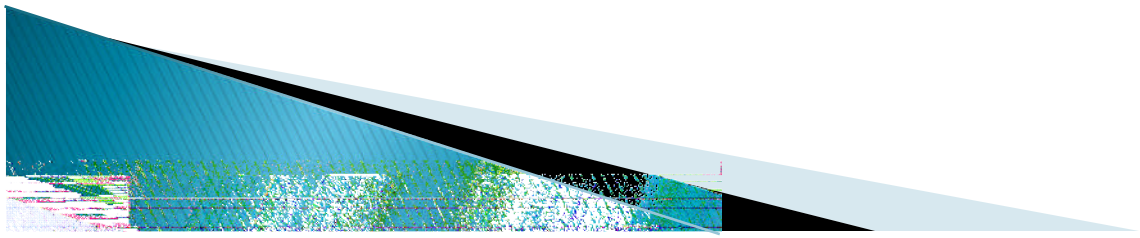
- Retail selling, yaitu tenaga penjual yang melakukan penjualan dengan cara melayani konsumen yang dating ke perusahaan atau department store.
- Field selling, yaitu tenaga penjual yang melakukan penjualan di luar perusahaan, dengan mendatangi konsumen ke rumah-rumah, perusahaan, kantor, dan lain-lain.
- Executive selling, yaitu yaitu pimpinan perusahaan yang bertindak sebagai tenaga penjual yang melakukan penjualan.



Imbalan gugus gugus wiraniaga

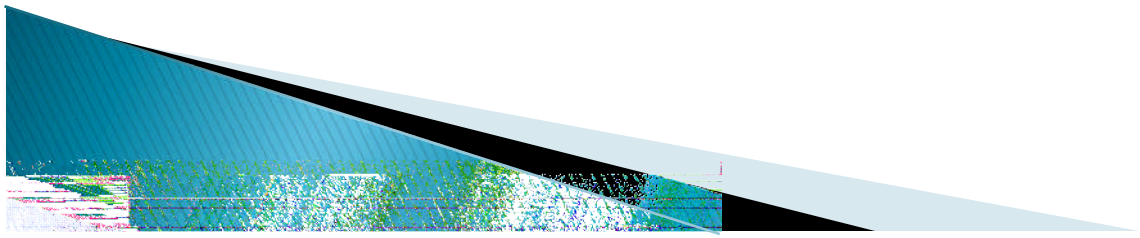
- Gaji tetap, apakah perlu atau tidak.

  Jumlah variable, yaitu bonus, komisi atau pembagian keuntungan yang bertujuan untuk memberikan perangsang dan kerja keras wiraniaga.
- Pemberian expense allowance (tunjangan pengeluaran), seperti tunjangn sakit, cuti, kecelakaan, pensiun, asuransi jiwa, dan sejenisnya.



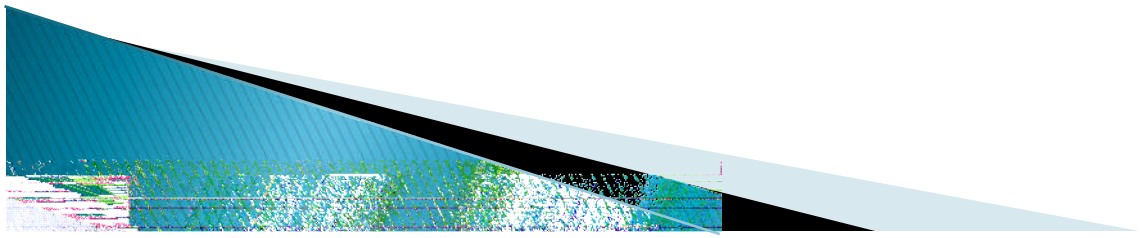
Prinsip-Prinsip Penjualan Tatap Muka

- Penekanan akan pentingnya produk
- Mengkritik produk pesaing
- Menggunakan persentase kemasan yang rapi
- Menjual penampilan yang diri
- Menawarkan berbagai produk kelonggaran untuk mengajukan pesanan pada waktu itu
- *Pendekatan yang berorientasi pada pelanggan*



Keterampilan komunikasi wiraniaga

- Keith davis (1985) mengemukakan bahwa komunikasi adalah aktivitas yang menyebabkan pemindahan dan pemahaman informasi dari satu orang ke orang lain.
- Edwin B. fillip (1979) komunikasi adalah aktivitas yang menyebabkan orang lain yang menginterpretasikan suatu ide, terutama ide yang dimaksud oleh pembicara.
- Andrew f sikula (1981) komunikasi adalah proses pemindahan, pengertian, dan pemahaman informasi dari seseorang.

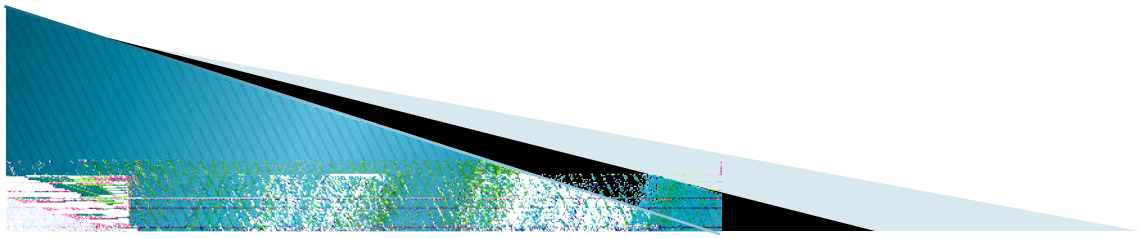


Media Personal Selling

Beberapa mediannya :

- Melalui Kios

  Beberapa perusahaan telah merancang “mesin penerima pesanan pelanggan” yang dinamakan kios (yang berbeda dengan penjual otomatis, yang mengeluarkan produk) dan menempatkan mereka ditoko, bandara, dan tempat-tempat lain.
- Presentase penjualan, pertemuan penjualan, pasar malam, dan pameran dagang.



syarat-syarat wiraniaga yang baik

- Bersifat terbuka
- Agresif
- Enerjik
- Jujur
- Pengetahuan tentang konsumen
- Karakteristik produk
- Mempunyai antusias
- Memiliki ketekunan dalam usaha
- Mengidentifikasi tentang kegiatan-kegiatan pesaing

Rumus penentuan jumlah wiraniaga yang diprelukan

$$J = \frac{V}{P}(1+T)$$

Dimana:

J = jumlah tenaga penjual yang dibutuhkan

V = volume penjulan yang diramalkan

P = produktifitas yang diperkirakan dari seorang wiraniaga

T = tingkat perputaran gugus wiraniaga yang diperkirakan