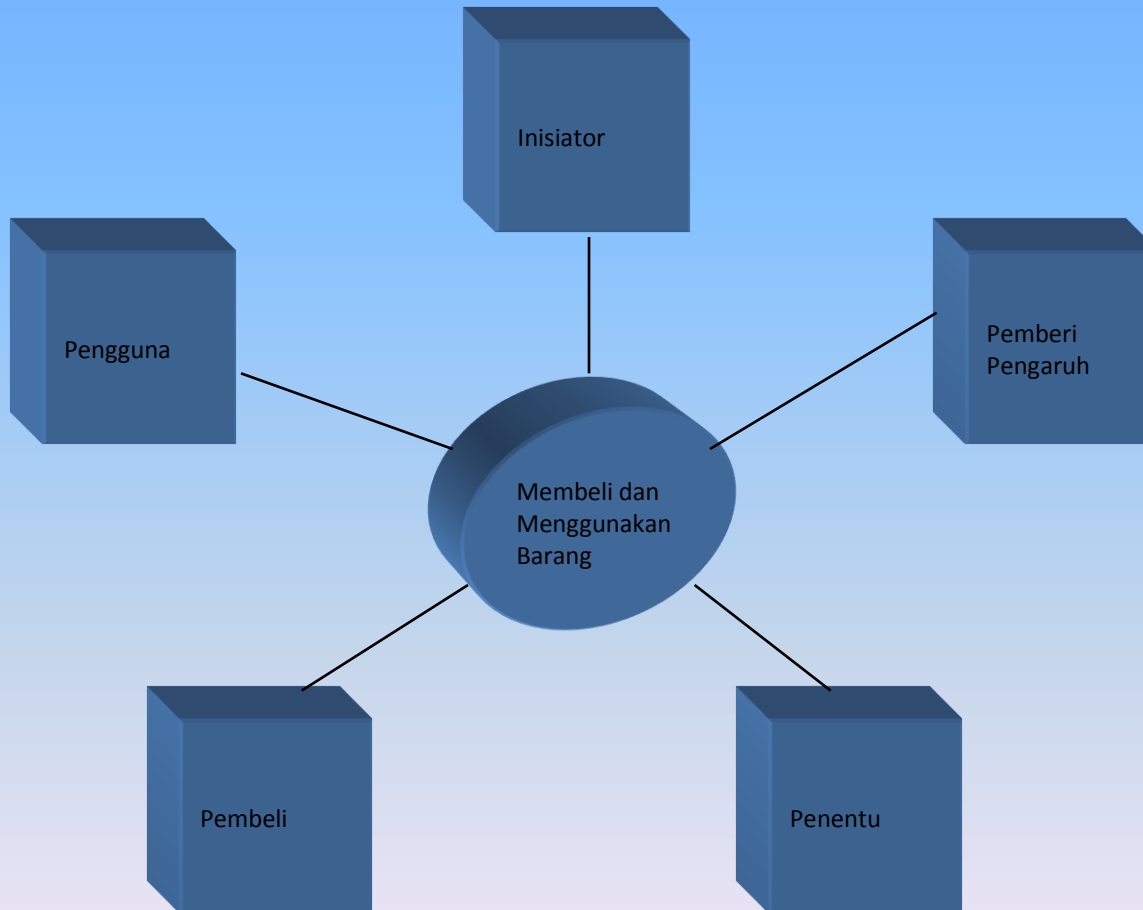


ANALISIS PELANGGAN (CUSTOMER ANALYSIS

ANALISIS PELANGGAN (CUSTOMER ANALYSIS)

**APA YANG HARUS
DIKETAHUI TENTANG
PELANGGAN ?**

INFORMATION ON CURRENT CUSTOMER



INFORMASI DARI PELANGGAN SEKARANG

1. Inisiator. Individu yang memulai mencari solusi atas masalah yang dihadapi. Untuk masing-masing produk akan berbeda.
2. Influencer. Individu yang berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan pembelian
3. Decider. Individu yang benar-benar memutuskan.
4. Pembelian. Orang yang secara aktual melakukan pembelian.
5. Pengguna. Individu yang menggunakan barang atau jasa.

MEMAHAMI PELANGGAN, PERTANYAAN KUNCI



INFORMASI YANG AKAN DATANG

APA SAJA INFORMASI YANG DIBUTUHKAN DIMASA YANG AKAN DATANG ?

Pertama :

PELANGGAN SELALU MENGALAMI PERUBAHAN DALAM HAL :
KEBUTUHAN, KEINGINAN, DAN HARAPAN

Kedua :

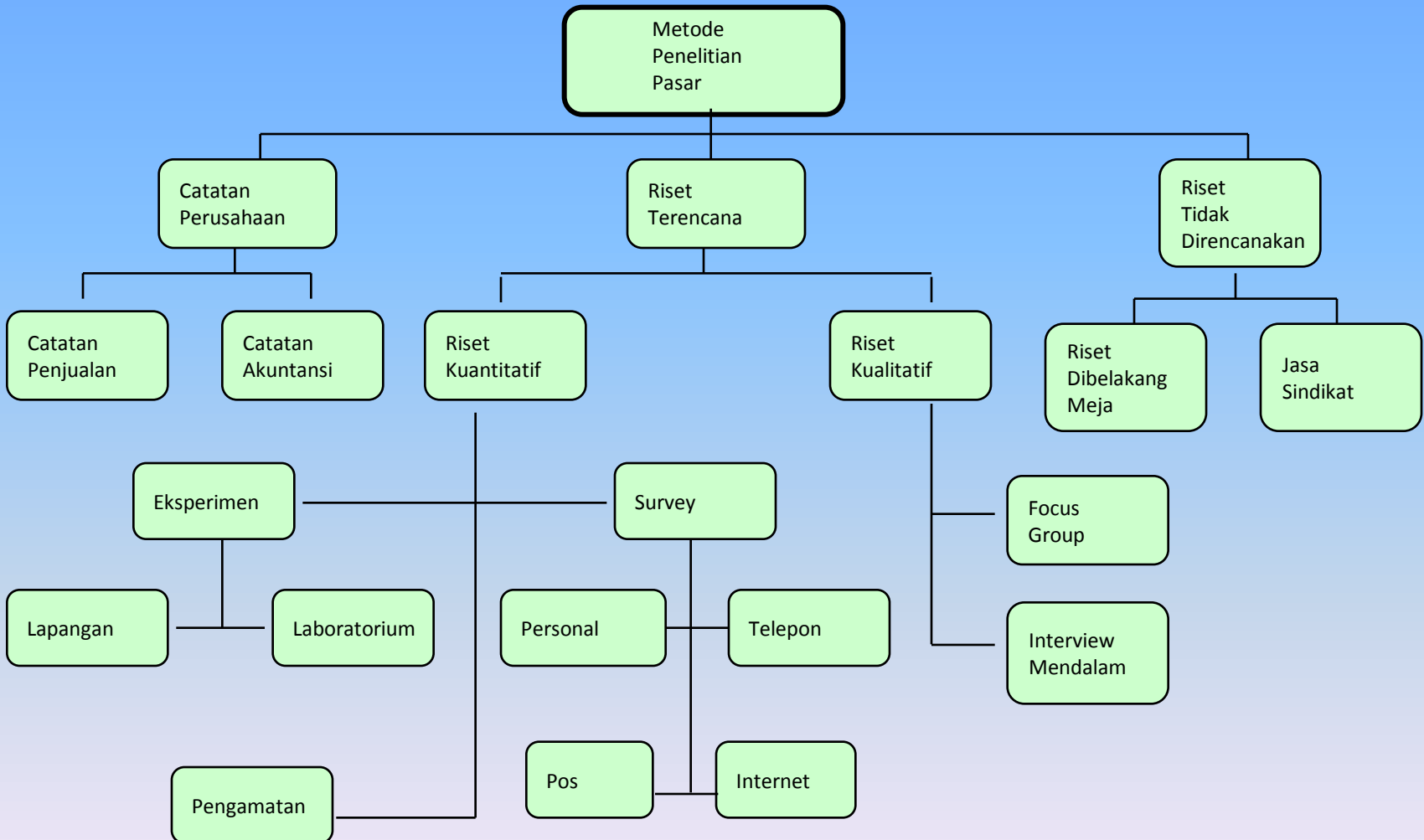
PELANGGAN BARU PERLU DICERMATI, MEREKA MEMPUNYAI PERMINTAAN YANG BERBEDA.
MISALNYA PERMINTAAN UNTUK ALAT-ALAT KESEHATAN, SPORT, DAN PRODUK UNTUK SENANG-
SENANG

KESEMUA HAL TERSEBUT DIATAS MEMBUTUHKAN APA YANG DIKENAL DENGAN ISTILAH



RISET PEMASARAN

CARANYA BAGAIMANA ?



RISET PEMASARAN

SUMBER :

1. Catatan Perusahaan. Catatan ini sebagai sumber informasi pemasaran.
2. Off-the-peg research. Bekerjasama dengan lembaga / institusi jasa penelitian, menggunakan data yang dihasilkan perusahaan, walau sifat datanya eksternal. Dalam kaitan ini ada 3 bentuk research : (a). Menggunakan data yang telah dipublikasikan, (b). Menggunakan data survey lembaga tertentu, (c). Data yang disiapkan dari awal untuk dibagikan.

RISET SEKUNDER

Riset ini menggunakan data sekunder, menggunakan data yang telah dipublikasikan oleh seseorang.

KEUNTUNGAN, riset ini murah dan cepat, dan juga akurat dan terpercaya.

KERUGIANNYA, data sering out of date, dan tidak spesifik betul untuk berbagai permasalahan pemasaran, kerugian lainnya juga sering tidak menyebut penyebabnya.

Di Indonesia, BPS sering menjadi sumber utama untuk mendapatkan jenis data sekunder ini. Sumber data terkenal lain diantaranya adalah <http://harvest.sourceforge.net/> yang menyiapkan data untuk tujuan apa saja bagi keperluan penelitian.

RISET SEKUNDER

Riset ini sangat banyak membantu.

Pertanyaan yang harus diajukan adalah :

1. Siapa yang mengumpulkan data dan mengapa ?
2. Bagaimana mereka mengumpulkan data
3. Seberapa besar tingkat akurasi data yang mereka klaim
4. Untuk apa data itu dikumpulkan dan digunakan

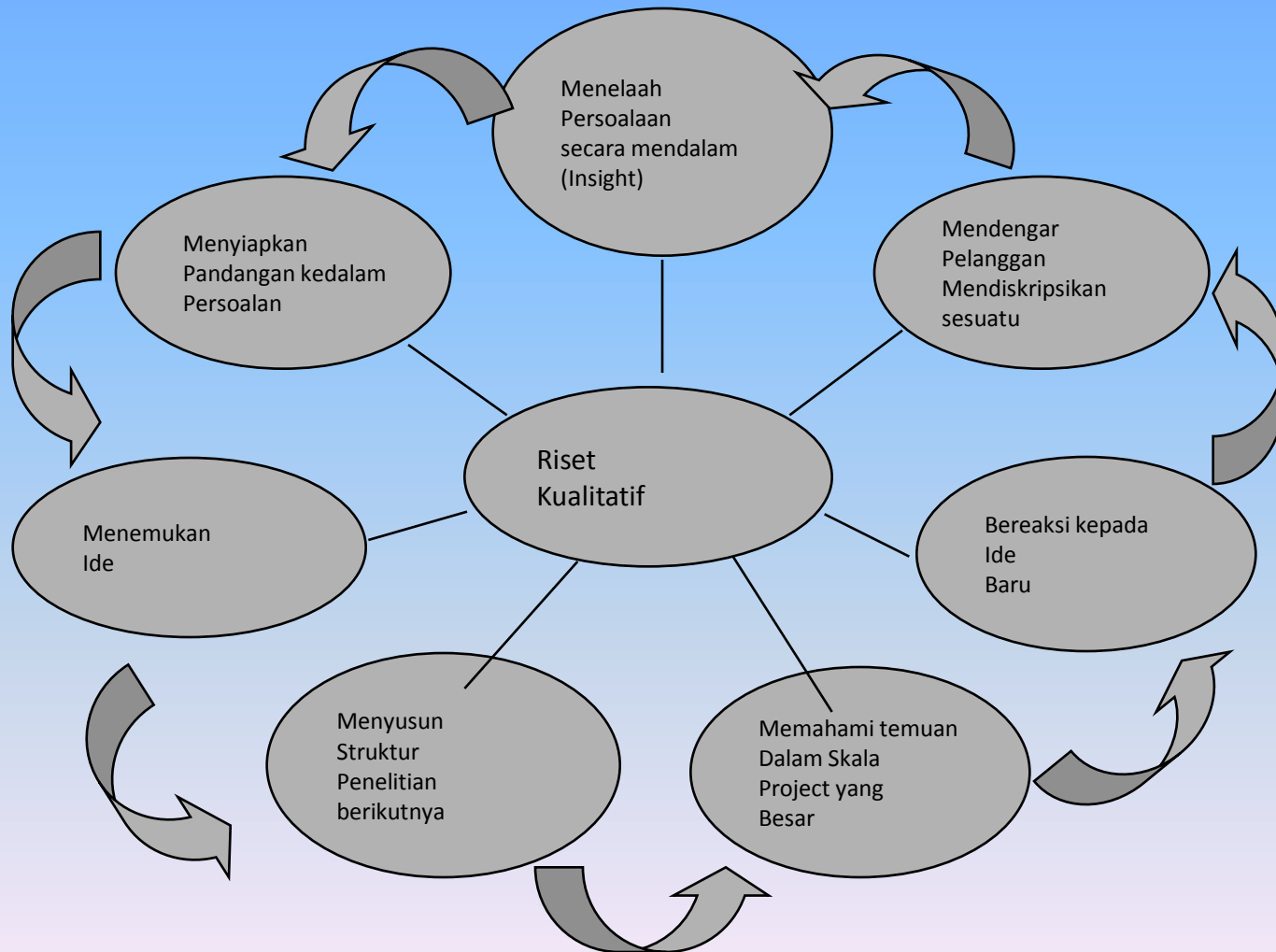
TAILOR - MADE RESEACRH

Perusahaan sengaja mempersiapkan riset dimana fleksibilitas dan rancangannya untuk memenuhi tujuan perusahaan.

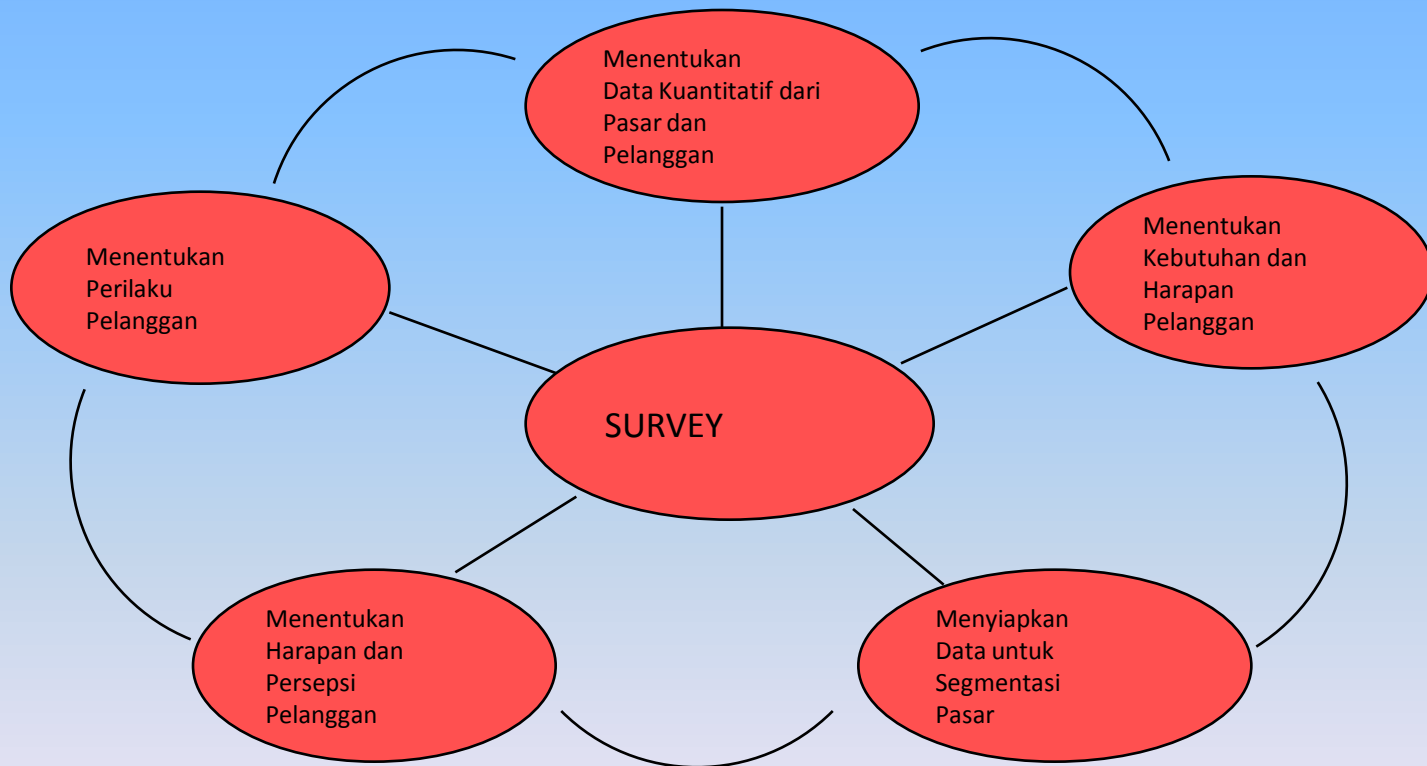
Biasanya sampelnya kecil, karena dimaksudkan untuk tujuan dan keperluan perusahaan.

Biasanya dilakukan pada tahap eksploratory. Setelah dilakukan riset eksploratory, baru dilanjutkan dengan riset kuantitatif.

PENGGUNAAN RISET KUALITATIF



MENGGUNAKAN SURVEY



MENGGUNAKAN EXPERIMEN

