**PENJUALAN BERDASARKAN BASIS DATA**

**Mengenal Apa Itu Database Marketing dan Manfaatnya untuk Bisnis Anda**



**Xendit**
Jan 7, 2020    •    3 min read

Share on facebook

Share on twitter

Share on linkedin

Share on whatsapp

*Database marketing*(pemasaran berbasis data) yang juga dikenal dengan Customer Relationship Management (CRM), mengacu pada pengumpulan data pelanggan atau calon pelanggan potensial Anda untuk memahami kebutuhan mereka dan menggunakan komunikasi yang dipersonalisasi. Sederhananya, pemasaran berbasis data mencakup pemahaman dan pengelolaan data pelanggan Anda.

Basis data dalam pemasaran berisi elemen data seperti nama, email, nomor telepon, jabatan, pendapatan, riwayat pembelian, cookie situs web, dan sebagainya.

Apa itu Database Marketing?

Pemasar pemula mungkin akan beranggapan bahwa *database marketing*hanya berkaitan dengan daftar kontak pelanggan, dan mengirimkan promosi yang tidak diinginkan kepada mereka. Ini adalah pemikiran yang keliru.

*Database marketing*yang sebenarnya adalah tentang bagaimana Anda memahami perilaku audiens dan memberikan solusi untuk masalah mereka, terlepas dari apakah itu dapat menghasilkan penjualan atau tidak. Solusi tersebut dapat berupa konten, tutorial, video instruksional, pengalaman pengguna yang baik, dan sebagainya.

Ada dua jenis *database marketing,*yaitu Business to Customer (B2C) dan Business to Business (B2B), berikut penjelasannya.

B2C Database Marketing

*Source: campaignmonitor.com*

Jenis *database marketing* ini mengacu pada perusahaan yang menjual langsung ke konsumen. Pemasar B2C yang sukses selalu fokus pada pengembangan basis data konsumen mereka dengan menerapkan strategi pemasaran seperti menyelenggarakan kontes, memberi hadiah, gratis ongkos kirim, kode diskon untuk pembelian pertama kali, dan registrasi akun selama checkout.

Informasi utama yang ingin mereka peroleh termasuk nama depan dan belakang, alamat email, nomor telepon, jenis kelamin, alamat pos, dan data lokasi.

Setelah basis data konsumen dibuat, promosi dan penawaran yang dipersonalisasi dapat dikirim ke individu-individu dalam basis data tersebut melalui email, media sosial, maupun melalui media lainnya.

Segmentasi juga diperlukan agar Anda dapat menyampaikan pesan yang lebih dipersonalisasi kepada audiens. Misalnya, pengelompokan basis data konsumen berdasarkan jenis kelamin dapat membantu perusahaan pakaian dan sepatu menyesuaikan produk mereka dengan lebih baik.

B2B Database Marketing

*Source: mailbakery.com*

Bentuk *database marketing*ini mengacu pada perusahaan yang menjual langsung ke bisnis lainnya. Metode pengumpulan data utama untuk pemasar B2B meliputi pendaftaran acara, unduhan whitepaper, laporan industri, demo, pendaftaran webinar, *tools* pemasaran gratis, dan penawaran uji coba gratis.

Database bisnis biasanya lebih kecil dari database konsumen. Ini karena pemasar B2B cenderung fokus pada “akun target” yang bernilai tinggi dan bukan pada seseorang secara personal. Ini sering disebut juga sebagai pemasaran berbasis akun.

Pemasar B2B berusaha untuk memperoleh informasi perusahaan tentang target mereka seperti alamat email perusahaan, jabatan, ukuran perusahaan/karyawan, perkiraan pendapatan tahunan, teknologi yang digunakan, dan profil LinkedIn.

Tujuan utama pemasar B2B adalah menjangkau pemegang kebijakan dalam skala organisasi melalui email, iklan media sosial yang berfokus pada bisnis, proposal bisnis, maupun media lainnya.

Alasan Mengapa Database Marketing Penting untuk Bisnis Anda

*Database marketing*penting karena memungkinkan Anda dapat membuat pesan yang relevan dengan target audiens potensial.

Ketika dilakukan dengan benar, ada banyak manfaat lain yang dapat Anda peroleh. Beriku beberapa di antaranya:

* Membantu dalam segmentasi pelanggan dengan memisahkan pelanggan baru dengan pelanggan lama;
* Memprioritaskan pelanggan yang paling berharga;
* Memberi Anda kemampuan untuk memprediksi perilaku pelanggan;
* Memungkinkan Anda menguji ide dan produk baru ke beberapa pelanggan sebelum meluncurkannya ke semua orang;
* Dapat digunakan untuk mengumpulkan ulasan dan lebih memahami kebutuhan pelanggan Anda; dan masih banyak lagi.

Demikian pembahasan mengenai *database marketing*dan manfaatnya untuk bisnis Anda. Ingin bisnis Anda semakin berkembang? Integrasikan *website*toko *online*Anda dengan *payment gateway*agar bisa menerima pembayaran secara langsung di *website*Anda.

hare on facebook

Share on twitter

Share on linkedin

Share on whatsapp

pengertian

Pemasaran berbasis data pelanggan didefinisikan sebagai proses pembentukan, pemeliharaan serta pemakaian basis data pelanggan dan basis data lain (produk, supplier, dan reseller) dengan tujuan untuk berhubungan dengan bertransaksi (Kotler&keller, 2009:158).

Basis Data tidak sama dengan daftar alamat pelanggan

Basis Data

Basis Data

Basis data pelanggan adalah kumpulan data komprehensif yang terorganisir tentang pelanggan dan calon pelanggan individual terkini, dapat diakses dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran seperti identifikasi calon pelanggan, kualifikasi calon pelanggan, penjualan produk dan jasa atau pemeliharaan hubungan-hubungan pelanggan

Tujuan Basis Data

Kecepatan & Kemudahan (Speed)

Pemanfaatan database memungkinkan kita untuk dapat menyimpan data atau melakukan perubahan (manipulasi) dan menampilkan kembali data tersebut dengan cepat dan mudah, dari pada kita menyimpan data secara manual.

Pemanfaatan database memungkinkan kita untuk dap...

Efisien ruang penyimpanan (Space)

Dengan database penggunaan ruang penyimpanan data dapat dilakukan karena kita dapat melakukan penekanan jumlah pengulangan data dengan menerapkan sejumlah pengkodean.

Dengan database penggunaan rua...

Keakuratan (Acuracy)

Pemanfaatan pengkodean atau pembentuk...

Pemanfaatan pengkodean atau pembentukan relasi antar data dengan penerapan aturan atau batasan tipe data dapat diterapkan dalam database yang berguna untuk menentukan ketidakakuratan pemasukan atau penyimpanan.

Keamanan (Security)

Dalam sejumlah sistem (aplikasi) pengelola database tidak menerapkan aspek keamanan dalam penggunaan database. Tetapi untuk sistem yang besar dan serius, aspek keamanan juga dapat diterapkan. Dengan begitu kita dapat menentukan siapa yang boleh menggunakan database dan menentukan jenis operasi-operasi apa saja yang boleh dilakukan.

Dalam sejumlah sistem (aplikasi) pengelola database tid...

Terpeliharanya keselarasan data (Consistant)

Apabila ada perubahan data pada aplikasi yang berbeda maka secara otomatis perubahan itu berlaku untuk keseluruhan.

Apabila ada perubahan data pada aplikasi yang berbe...

Data dapat dipakai secara bersama (Shared)

Data dapat dipakai secara bersama-sama oleh bebrapa program aplikasi (secara batch maupun on-line) pada saat bersamaan.

Data dapat dipakai secara bersama-sama oleh bebra...

Dapat diterapkan standarisasi (Standardization)

Dengan adanya pengontrolan yang terpusat maka DBA dapat menerapkan standarisasi data yang disimpan sehingga memudahkan pemakaian, pengiriman maupun pertukaran data.

Dengan adanya pengontrolan yang terpusat maka D...

Manfaat

Manfaat penjualan berbasis data bagi perusahaan yang menerapkannya adalah untuk membangun loyalitas konsumen, sehingga terjadi pembelian yang berulang-ulang yang akan berimbas pada tingkat penjualan perusahaan yang meningkat

manfaat yang di peroleh oleh konsumen adalah pelayanan yang didapatkan akan membuat konsumen semakin nyaman.

Komponen Sistem Informasi Pemasaran

a. Komponen Model Pemasaran

b. Komponen Basis Data Pemasaran

Proses Penjualan Berbasis Data

proses penjualan berdasarkan basis data yaitu dengan mengadakan promosi/iklan di media televisi, surat kabar, media online dan lainnya.

Proses Penjualan Berbasis Data

Ada empat cara

Penerapan Strategi Pemasaran Berbasis Data

Mengidentifikasi prospek maksudnya adalah perusahaan memilah database untuk mengidentifikasi prospek terbaik, lalu menghubungi mereka lewat surat, telepon, atau panggilan pribadi dalam usaha untuk menjadikan pelanggan

Mengidentifikasi prospek maksudnya adalah perusahaan memilah databa...

Memutuskan pelanggan mana yang seharusnya menerima tawaran tertentu deng...

Memutuskan pelanggan mana yang seharusnya menerima tawaran tertentu dengan mencatat tingkat respon, perusahaan dapat meningkatkan ketepatan sasaran mereka sepanjang waktu

Memperdalam loyalitas pelanggan

Perusahaan dapat membangun minat dan antusiasme deng...

Memperdalam loyalitas pelanggan

Perusahaan dapat membangun minat dan antusiasme dengan mengingat preferensi pelanggan dan mengirimkan hadiah yang tepat, kupon, diskon, dan bahan bacaan menarik

Mengaktifkan kembali pembelian pelanggan

Keuntungan

- Data dapat dipakai secara bersama – sama (Multiple User)

- Data dapat distandarisasikan

- Mengurangi kerangkapan data (Redudansi)

- Adanya kemandirian (kebebasan) data atau data independent

- Keamanan (security) data terjamin

- Keterpaduan data terjaga (masalah integritas)

Kerugian

* Diperlukan tempat penyimpanan yang besar
* Diperlukan tenaga yang terampil dalam mengelola data
* Perangkat lunaknya mahal
* Kerusakan pada sistem basis data dapat mempengaruhi departemen yang terkait

CONTOH

* Bank: Pengelolaan data nasab...
* Bank: Pengelolaan data nasabah, akunting, semua transaksi perbankan
* Bandara: Pengelolaan data reservasi, penjadualan
* Universitas: Pengelolaan pendaftaran, alumni
* Penjualan: Pengelolaan data customer, produk, penjualan
* Pabrik: Pengelolaan data produksi, persediaan barang, pemesanan, agen
* Kepegawaian: Pengelolaan data karyawan, gaji, pajak
* Telekomunikasi: Pengelolaan data tagihan, jumlah pulsa

Contoh Database

Microsoft Excel dan aplikasi MYOB

Contoh Database

Masalah yang menghambat

* memerlukan investasi besar dalam perangkat keras komputer, perangkat lunak basis data, program analisis, tautan komunikasi, dan personalia yang terampil.
* Kesulitan untuk membuat setiap orang dalam perusahaan menjadi berorientasi pelanggan dan menggunakan informasi yang tersedia.
* Tidak semua pelanggan menginginkan relasi dengan perusahaan

Mendirikan basis data pelanggan tidak ak...

Mendirikan basis data pelanggan tidak akan bermanfaat dalam kasus berikut:

* produk merupakan pembelian sekali seumur hidup
* pelanggan yang setia terhadap satu merk produk
* penjualan unit sangat kecil
* biaya pengumpulan informasi lebih tinggi

CARA MERANCANG STRATEGI PEMASARAN BERBASIS PELANGGAN

1. Memilih pelanggan yang akan dilayani

2. Choosing a Value Proposition

3. Marketing Management Orientation

GAME

istilah asing dari penjualan berbasis data adalah ...

a. mix marketing

b. telemarketing

c. direct marketing

d. pemasaran holistik

e. database marketing

kumpulan data yang komprehensif, detail dan terkini yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan disebut dengan ...

a. Direct marketing

b. Daftar alamat pelanggan

c. Database pelanggan

d. Mix marketing

e. Telemarketing

kumpulan data yang komprehensif, detail dan terkini yang dapat dimanfaatk...

untuk meningkatkan loyalitas konsumen maka pemasar menerapk...

untuk meningkatkan loyalitas konsumen maka pemasar menerapkan ...

a. Mix marketing

b. Telemarketing

c. Direct marketing

d. Pemasaran holistik

e. Database marketing

Database pelanggan dapat meningkatkan ...

a. Biaya produksi

b. Upah karyawan

c. Upah manajer

d. Loyalitas pelanggan

e. Biaya produksi

ESSAY

* 1. Apa yang dimaksud database?
	2. Apa manfaat database bagi pemasar?
	3. apa manfaat yang diperoleh konsumen dari penerapan database marketing?
	4. Sebutkan salah satu contoh penerapan yang menerapkan penjualan basis data di masyarakat atau kehidupan sehari-hari !
	5. Sebutkan salah satu contoh penerapan yang menerapkan penjualan basis data ...
	6. Sebutkan salah satu contoh software basis data yang biasa digunakan oleh perusahaan !
	7. Sebutkan salah satu contoh software basis data yang biasa digunakan ol...