

Memilih Media yang Tepat untuk Mengumpulkan Respons Pelanggan

Pastikan Usaha Sosial Anda
Mendapat Respons Positif



Menjual Ide
Mengatur Customer Relation



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:
Nabila Mardhatillah

TERINSPIRASI DARI:
Business.com (2014) 6 Customer Feedback Channels You Should Be Using





Memilih Media yang Tepat untuk Mengumpulkan Respon Pelanggan

Respon pelanggan merupakan opini pelanggan tentang Usaha Sosial Anda. Respon pelanggan tersebut dapat Anda peroleh dengan berbagai media.

Mengapa ini penting?

- Sebagai gambaran bagi Anda, media apa saja yang dapat digunakan untuk mendapatkan respon pelanggan
- Sebagai pertimbangan dalam memilih metode pengumpulan respon pelanggan yang sesuai dengan Usaha Sosial Anda



MEDIA UNTUK MENGUMPULKAN RESPONS PELANGGAN

1. Tim penjualan

Tim penjualan merupakan orang-orang yang berhubungan langsung dengan pelanggan Anda. Dari data tim penjualan, Anda dapat menganalisis tingkah laku pelanggan Anda terkait kuantitas pembelian, frekuensi pembelian, waktu pembelian, metode pembayaran, dan jenis produk/pelayanan yang disukai.



2. Media Sosial

Media sosial dapat menjadi wadah komunikasi dua arah antara Anda dengan pelanggan. Dengan media sosial, Anda bisa menganalisis respon pelanggan dengan melihat aktivitas mereka pada akun sosial Anda. Selain itu, Anda juga dapat mengetahui apa yang pelanggan Anda sukai lewat komentar dan tanggapan pada informasi yang Anda sampaikan di media sosial. Sebagai contoh, Anda mempromosikan produk baru lewat akun media sosial Anda. Respon dapat dikatakan positif jika banyak pelanggan yang menyukai dan mengomentari secara antusias.



3. Survei langsung

Survei langsung sangat penting untuk dilakukan. Dengan tatap muka, Anda dapat memastikan dan mengarahkan pelanggan untuk menyelesaikan survei. Metode ini dapat dibagi menjadi 2, yaitu:

a. Survei langsung mendalam

Survei ini dilakukan dalam waktu lebih lama dan pertanyaan lebih banyak. Metode ini biasanya dilakukan hanya dalam waktu tertentu.

b. Survei langsung singkat

Metode ini dapat Anda lakukan lebih sering. Sebagai contoh, Anda menanyakan apakah pelanggan telah puas dengan pelayanan Anda di setiap akhir transaksi.





Memilih Media yang Tepat untuk Mengumpulkan Respon Pelanggan



MEDIA UNTUK MENGUMPULKAN RESPONS PELANGGAN

4. Survei tidak langsung

Metode ini biasa digunakan jika pelanggan Anda sudah berjumlah besar atau tersebar di berbagai lokasi. Karena tidak bertemu secara langsung, pertanyaan yang Anda ajukan relatif lebih sedikit untuk memastikan pelanggan menyelesaikan survei. Survei tidak langsung dapat dilakukan lewat berbagai media, seperti berikut:

a. Telepon

Metode ini sebenarnya membutuhkan dana dan energi terbesar. Namun, metode ini memungkinkan Anda untuk berbicara dua arah dengan pelanggan sehingga Anda dapat mengembangkan survei lebih lanjut.



b. Email

Metode ini biasa digunakan jika Usaha Sosial Anda berbasis digital. Anda dapat menanyakan respons pelanggan melalui email yang perlu dibuka oleh pelanggan Anda. Sebagai contoh, Anda menggunakan email sebagai informasi konfirmasi pembayaran. Anda dapat menyelipkan pertanyaan dalam email tersebut.



c. Website

Website merupakan cara murah dan mudah untuk mendapatkan respons pelanggan jika Usaha Sosial Anda berbasis digital atau memiliki banyak pengunjung pada *website* Anda. Metode ini biasa dilakukan dengan membuat *pop-up* pada *website*.





Memilih Media yang Tepat untuk Mengumpulkan Respon Pelanggan

Berdasarkan informasi yang diperoleh, respons pelanggan dapat dibagi menjadi 3, yaitu:

- Kepuasan pelanggan
- Preferensi pelanggan
- Tingkah laku pelanggan

Untuk mengumpulkan informasi tersebut, masing-masing jenis respons pelanggan membutuhkan media yang berbeda.

Nah, bagan di samping menjelaskan media apa saja yang dapat digunakan untuk setiap jenis respons pelanggan yang ingin dikumpulkan.



CONTOH JENIS RESPONS PELANGGAN DAN MEDIA YANG DIGUNAKAN

	Kepuasan Pelanggan	Preferensi Pelanggan	Tingkah Laku Pelanggan
1. Definisi	Apakah pelanggan sudah puas atau belum dengan produk dan pelayanan Usaha Sosial Anda secara keseluruhan?	Apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan dari Usaha Sosial Anda? Bagian mana saja yang disukai pelanggan Anda?	Bagaimana tingkah laku pelanggan Anda? Berapa kuantitas dan harga setiap pembelian? Seberapa sering dan kapan pelanggan Anda datang?
2. Tim Penjualan	✓	✓	✓
3. Media Sosial		✓	
4. Survei Langsung Mendalam	✓	✓	✓
5. Survei Langsung Singkat	✓		
6. Telepon	✓		
7. Email	✓		
8. Website	✓		