

SENTRAL TEKNOLOGI MANAGEMENT	No Dokumen	STM / PP02 / 03		
	Mulai Berlaku	05 Mei 2014		
	Revisi	04		
PROSEDUR PEMASARAN	Tanggal Revisi	05 Februari 2021		
	Halaman	1	dari	2

TUJUAN:

1. Untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan klien/potensial klien
2. Untuk meningkatkan Brand Awareness perusahaan.

REFERENSI:

1. ISO 9001:2015, Quality Management System Pasal 6.1.2, 6.2.2, 6.3, 8.2

RUANG LINGKUP:

Prosedur ini mencakup aktivitas perencanaan, pelaksanaan program hingga evaluasi program untuk meningkatkan brand awareness


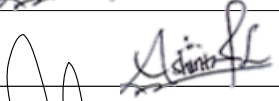

DEFINISI:

Balance Score Card : laporan hasil evaluasi dari pemasaran yang dibuktikan dengan peningkatan/ penurunan incoming call dan hasil penjualan melalui promosi ditentukan dengan nilai yang telah distandarisasi oleh Direksi dan Manager Marketing

PERFORMA INDIKATOR:

Brand Awareness > Standar perusahaan

Jumlah perusahaan yang meminta informasi > Standar perusahaan

DISPOSISI	NAMA	JABATAN	PARAF
DISIAPKAN OLEH	ASRI SINTA L	MANAGER MARKETING	
DIPERIKSA OLEH	ASRI SINTA L	MANAGER MARKETING	
DISAHKAN OLEH	IMANUEL IMAN	DIREKTUR	

<p>SENTRAL TEHNOLOGI MANAGEMEN</p>	No Dokumen		STM / PP02 / 03	
	Mulai Berlaku		05 Mei 2014	
	Revisi		04	
	Tanggal Revisi		05 Februari 2021	
<p>PROSEDUR PEMASARAN</p>	Halaman		2	dari 2
	No	Penanggung Jawab	Deskripsi	Dokumen Terkait
<pre> graph TD MULAI([MULAI]) --> MENYUSUN1[MENYUSUN PROGRAM MARKETING] MENYUSUN1 --> MENGAJUKAN[MENGAJUKAN PROGRAM KEPADA MANAGEMENT DAN ESTIMASI BUDGET] MENGAJUKAN --> DISETUIJUI{DISETUIJUI} DISETUIJUI -- Ya --> MENYUSUN2[MENYUSUN PROGRAM 1 TAHUN] DISETUIJUI -- Tdk --> MELAKUKAN[MELAKUKAN PERUBAHAN] MELAKUKAN --> MENYUSUN1 MENYUSUN2 --> PELAKSANAAN[PELAKSANAAN PROGRAM] PELAKSANAAN --> EVALUASI[EVALUASI PROGRAM MARKETING] EVALUASI --> SELESAI([SELESAI]) </pre>				
	1	Marketing	Menyusun dan membuat program marketing : - Harapan Management - Trend pasar	Action Plan Program Digital Marketing
	2	Marketing	Mengajukan program promosi dan estimasi dari masing-masing program promosi	- Action Plan Program Digital Marketing - Pembelian Barang dan Jasa
	3	Marketing	Persetujuan oleh Direksi dan Manager Marketing	- Action Plan Program Digital Marketing - Pembelian Barang dan Jasa
	4	Marketing	Apabila program promosi dan estimasi budget tidak disetujui oleh Direksi dan Manager Marketing, maka melakukan perubahan program/ jadwal pelaksanaan program dan estimasi budget	- Action Plan Program Digital Marketing - Pembelian Barang dan Jasa
	5	Marketing	Apabila program promosi dan budgeting disetujui, dilanjutkan dengan penyusunan program 1 tahun berdasarkan jadwal dan budget yang telah disetujui	Action Plan Program Digital Marketing
	6	Marketing	Pelaksanaan program sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan	Schedule Program Marketing
	7	Marketing	Melakukan Evaluasi Terhadap Efektifitas Pelaksanaan Program	BSC (Balance Score Card) Marketing