

Evaluasi Segmen Pasar



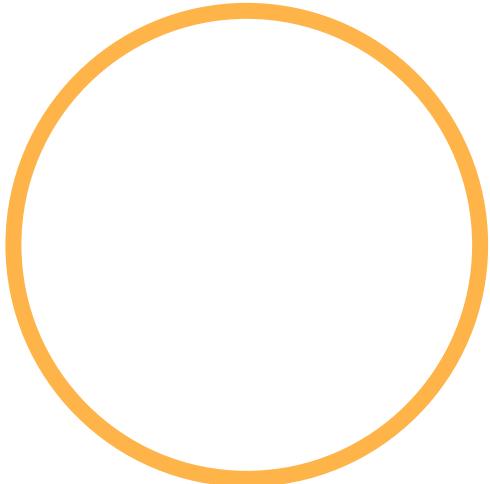
www.rumahsiapkerja.com

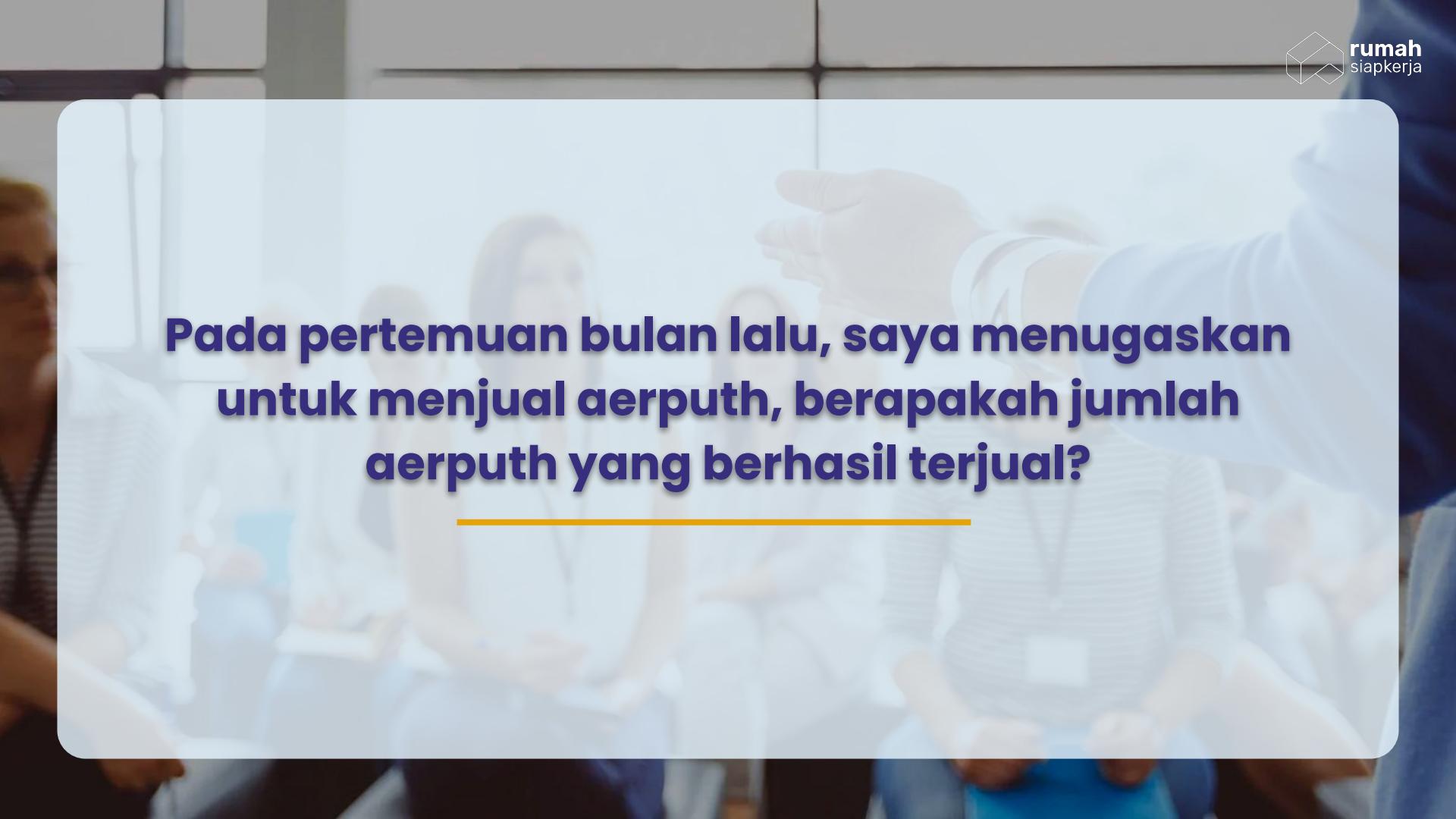
Disclaimer

The information contained in these documents is confidential, privileged and only for the information of the intended recipient and may not be used, published or distributed without prior written consent of PT. Samala Serasi Unggul

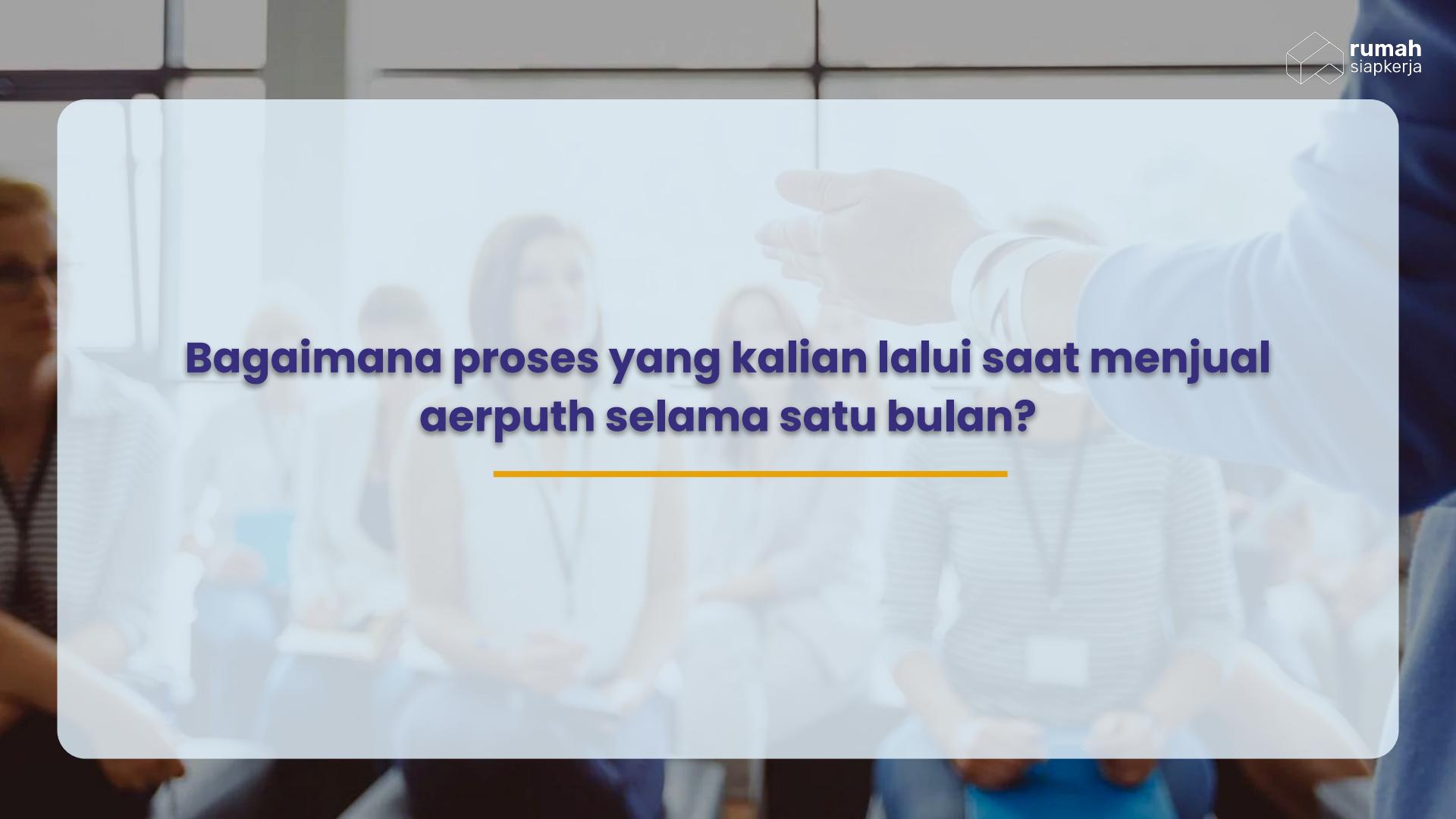


Say Hello to our Trainer!

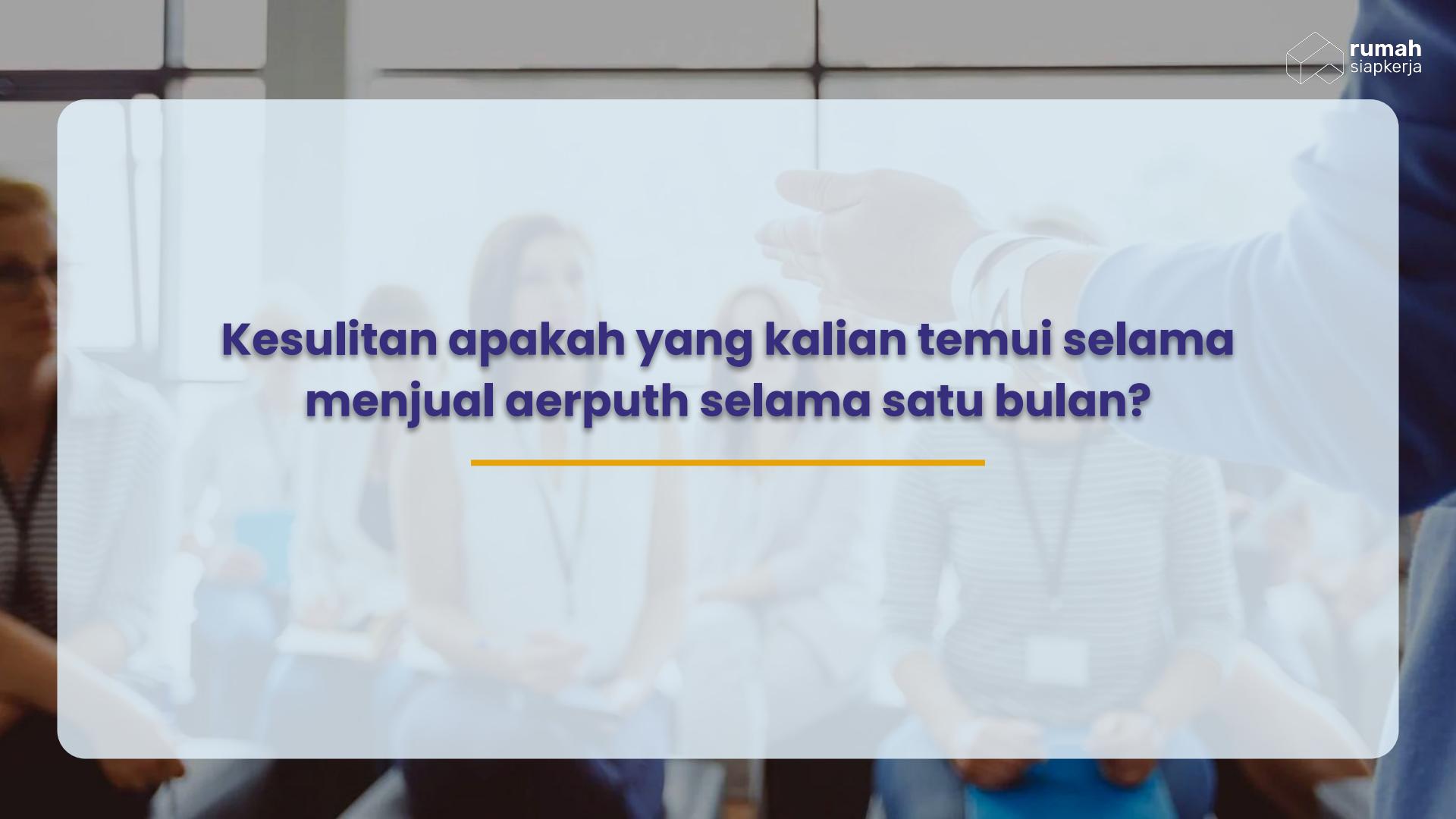




**Pada pertemuan bulan lalu, saya menugaskan
untuk menjual aerputh, berapakah jumlah
aerputh yang berhasil terjual?**



Bagaimana proses yang kalian lalui saat menjual aerputh selama satu bulan?



Kesulitan apakah yang kalian temui selama menjual aerputh selama satu bulan?

+

o

Jika seorang sales ingin berhasil melakukan penjualan sesuai target, maka harus **melihat segmen pasar terlebih dahulu sebelum terjun langsung untuk menjual produknya. Dengan melihat segmen dan menentukan pendekatan yang sesuai berdasarkan kebutuhan, gaya hidup, demografis, dan kepribadian calon pembelinya.**

+

o

+



Overview Topik Pembahasan



Segmen Pasar dan Tahapannya

Evaluasi dan Challenge Segmen Pasar

+

o

Adakah yang tahu apa itu Segmen Pasar?



+

+



Segmen Pasar



Definisi Segmen Pasar

Segmen pasar adalah membagi sebuah pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli dengan keinginan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda-beda



Tujuan Segmen Pasar

- Mempermudah strategi pemasaran
- Menemukan layanan yang pas untuk konsumen
- Perencanaan bisnis menjadi matang
- Mengenal kompetitor



Manfaat Segmen Pasar

- Mendatangkan keuntungan melimpah
- Memudahkan penjual merencanakan keuangan usaha
- Lebih mengenal konsumen dengan baik
- Penjual leluasa mengatur produk

Syarat Segmen Pasar yang Efektif

1

Measurable
(Dapat Diukur)



2

Accessible
(Dapat Dijangkau)



3

Substansial
(Cukup Besar)



4

Differentiable
(Dapat Dibedakan)



5

Actionable
(Dapat Dilaksanakan)



Kriteria Segmen Pasar

Segmentasi pasar biasanya dilakukan dengan memperhatikan karakteristiknya, seperti:

1

Segmentasi Geografis

2

Segmentasi Demografi

3

Segmentasi Psikografi



Kriteria Segmen Pasar

Segmentasi pasar biasanya dilakukan dengan memperhatikan karakteristiknya, seperti:

1

Segmentasi Geografis

2

Segmentasi Demografi

3

Segmentasi Psikografi





Contoh Segmentasi Geografis

Hampir semua restoran cepat saji yang ada di Indonesia seperti KFC, McDonald, Burger King dan lain-lain menawarkan nasi dalam menu mereka. Sedangkan di negara Eropa tidak semuanya menawarkan nasi dalam menu mereka.

Kriteria Segmen Pasar

Segmentasi pasar biasanya dilakukan dengan memperhatikan karakteristiknya, seperti:

1

Segmentasi Geografis

2

Segmentasi Demografi

3

Segmentasi Psikografi





Contoh Segmentasi Demografi

Produk elektronik handphone merk Realme merupakan anak perusahaan dari Oppo yang menerapkan segmentasi demografi. Realme dikhawasukan untuk pasar anak-anak muda dengan fokus gaming. Sedangkan Oppo difokuskan untuk pasar usia yang lebih dewasa.

Kriteria Segmen Pasar

Segmentasi pasar biasanya dilakukan dengan memperhatikan karakteristiknya, seperti:

1

Segmentasi Geografis

2

Segmentasi Demografi

3

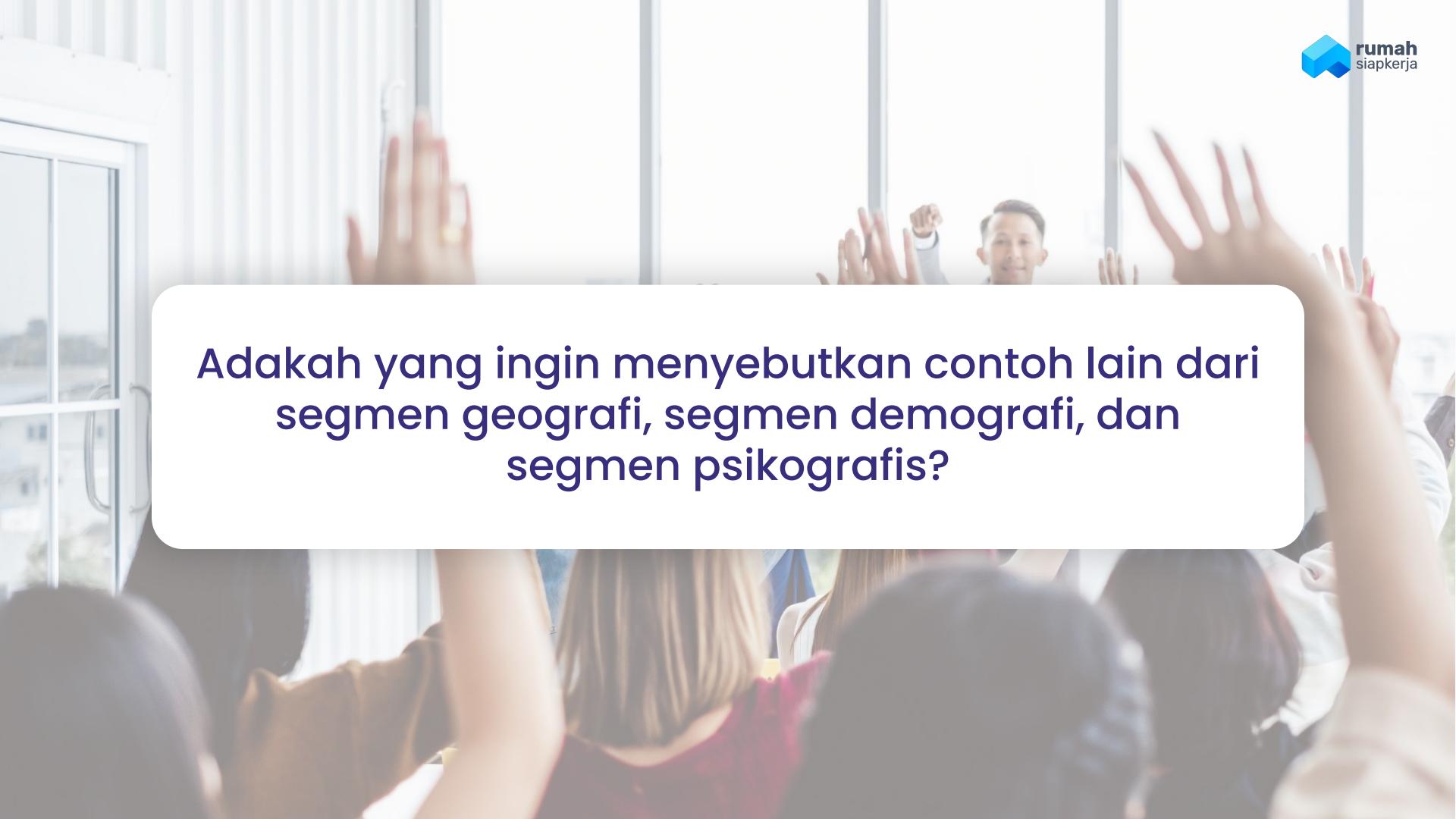
Segmentasi Psikografi





Contoh Segmentasi Psikografis

Mercedes Benz dikenal sebagai merek mobil yang mempunyai reputasi sebagai merek mewah. Mercedes Benz merupakan salah satu contoh bisnis yang menerapkan segmentasi psikografis berdasarkan psikografis yang menghargai gaya hidup mewah.



Adakah yang ingin menyebutkan contoh lain dari segmen geografi, segmen demografi, dan segmen psikografis?

Prosedur Melakukan Segmen Pasar



Tahap Survey



Tahap Analisis



**Tahap
Pembentukan**

Prosedur Melakukan Segmen Pasar



Tahap Survey



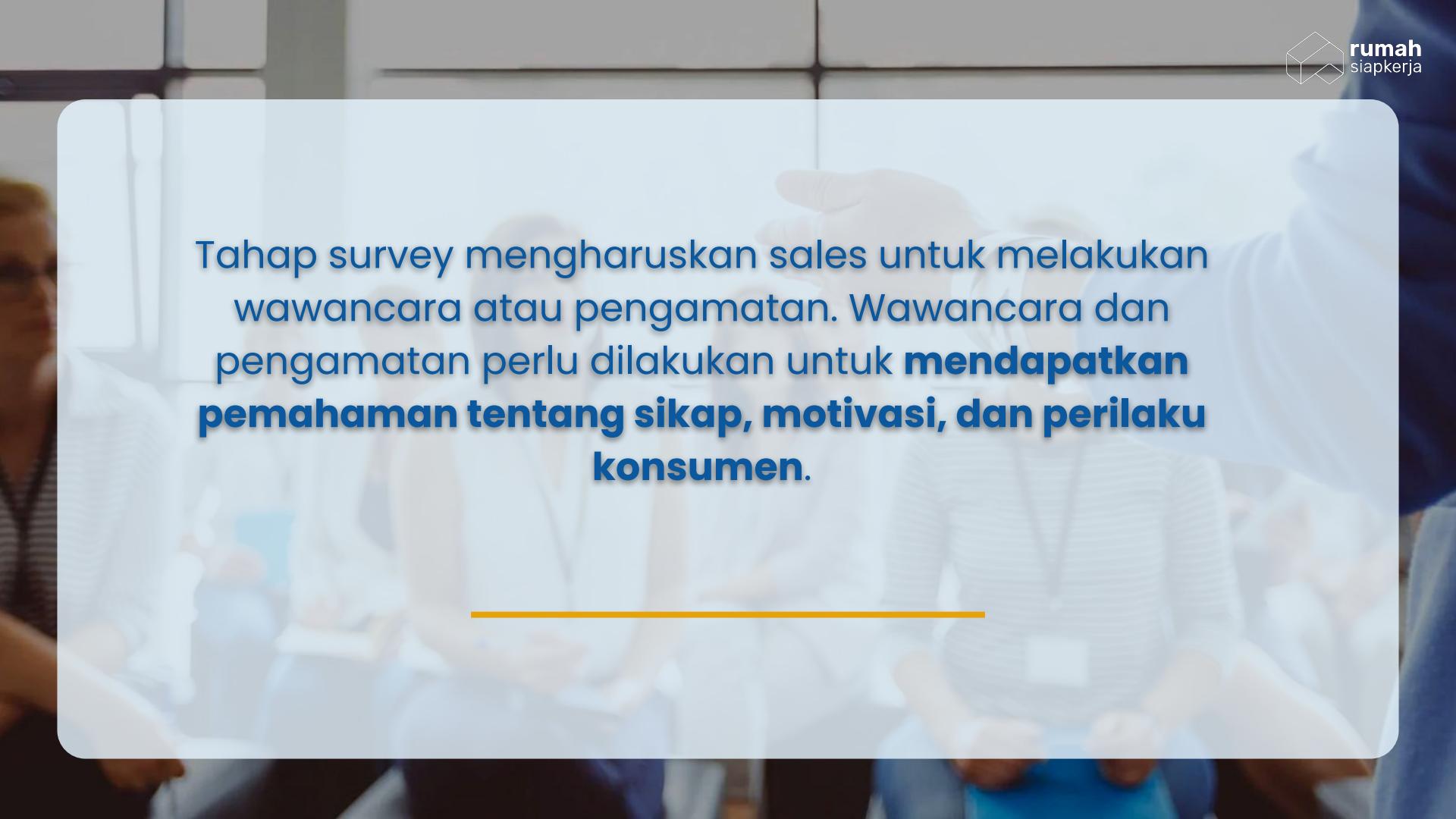
Tahap Analisis



**Tahap
Pembentukan**



+
• **Kira-kira, apa yang dimaksud dengan
tahapan survey dalam segmen pasar?**
o

A blurred background image showing several people in a professional setting, possibly a meeting or presentation, with one person in the foreground holding a small object.

Tahap survey mengharuskan sales untuk melakukan wawancara atau pengamatan. Wawancara dan pengamatan perlu dilakukan untuk **mendapatkan pemahaman tentang sikap, motivasi, dan perilaku konsumen.**

+

o

Kenapa survey menjadi metode yang digunakan untuk melakukan segmentasi pasar?



o

Survey adalah alat yang kuat dalam membantu perusahaan memahami dan melayani pelanggan dengan lebih baik.

+

Prosedur Melakukan Segmen Pasar



Tahap Survey



Tahap Analisis



Tahap
Pembentukan



Ketika sudah melakukan tahap survey, kenapa harus melakukan tahap analisis lagi?

Tahap analisis dilakukan oleh sales untuk menganalisis informasi yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya. Tahap analisis merupakan **langkah di mana data yang telah dikumpulkan tentang pelanggan atau audiens diolah dan dievaluasi** secara mendalam untuk mengidentifikasi segmen pasar yang berpotensi.

Prosedur Melakukan Segmen Pasar



Tahap Survey



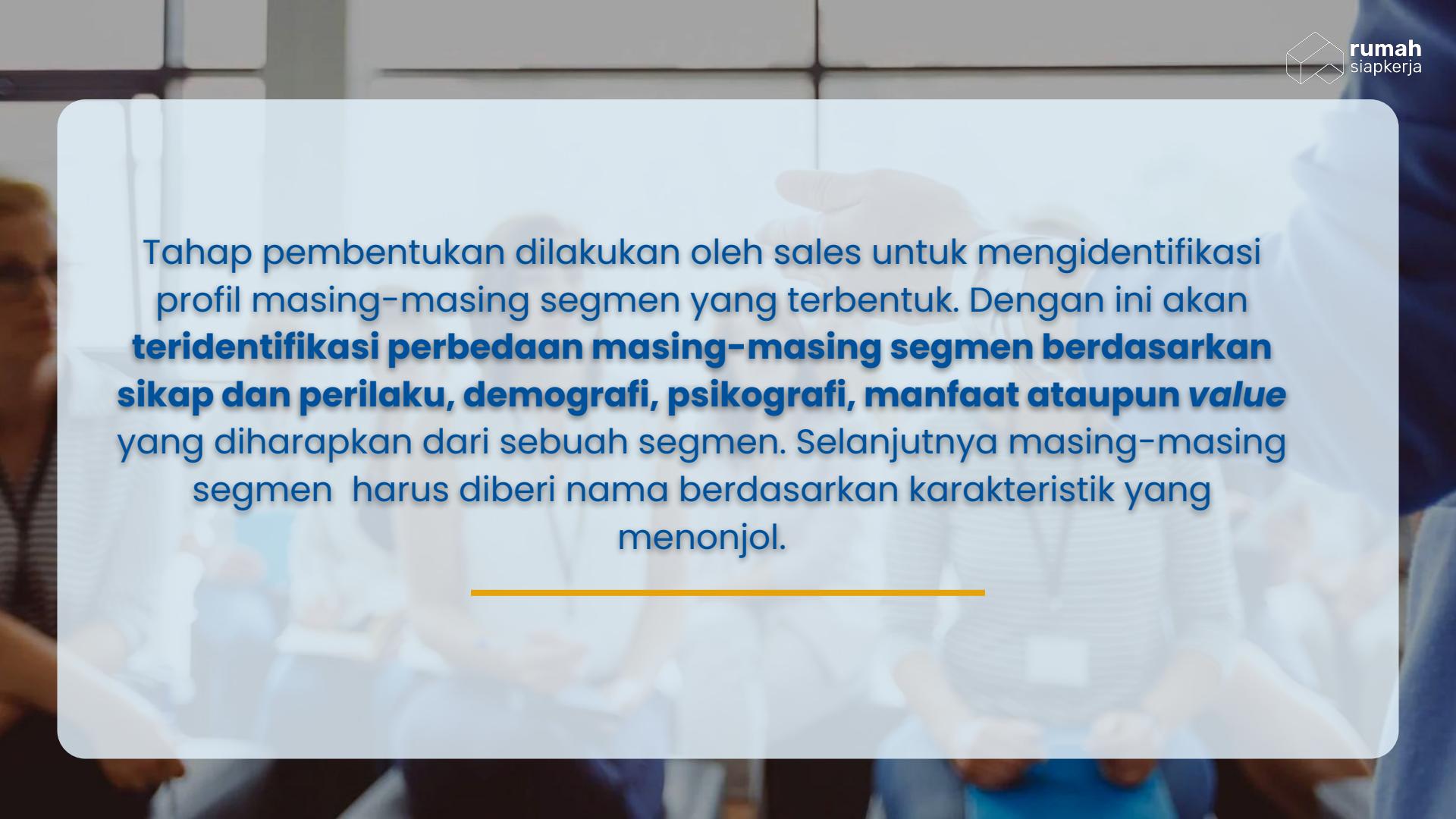
Tahap Analisis



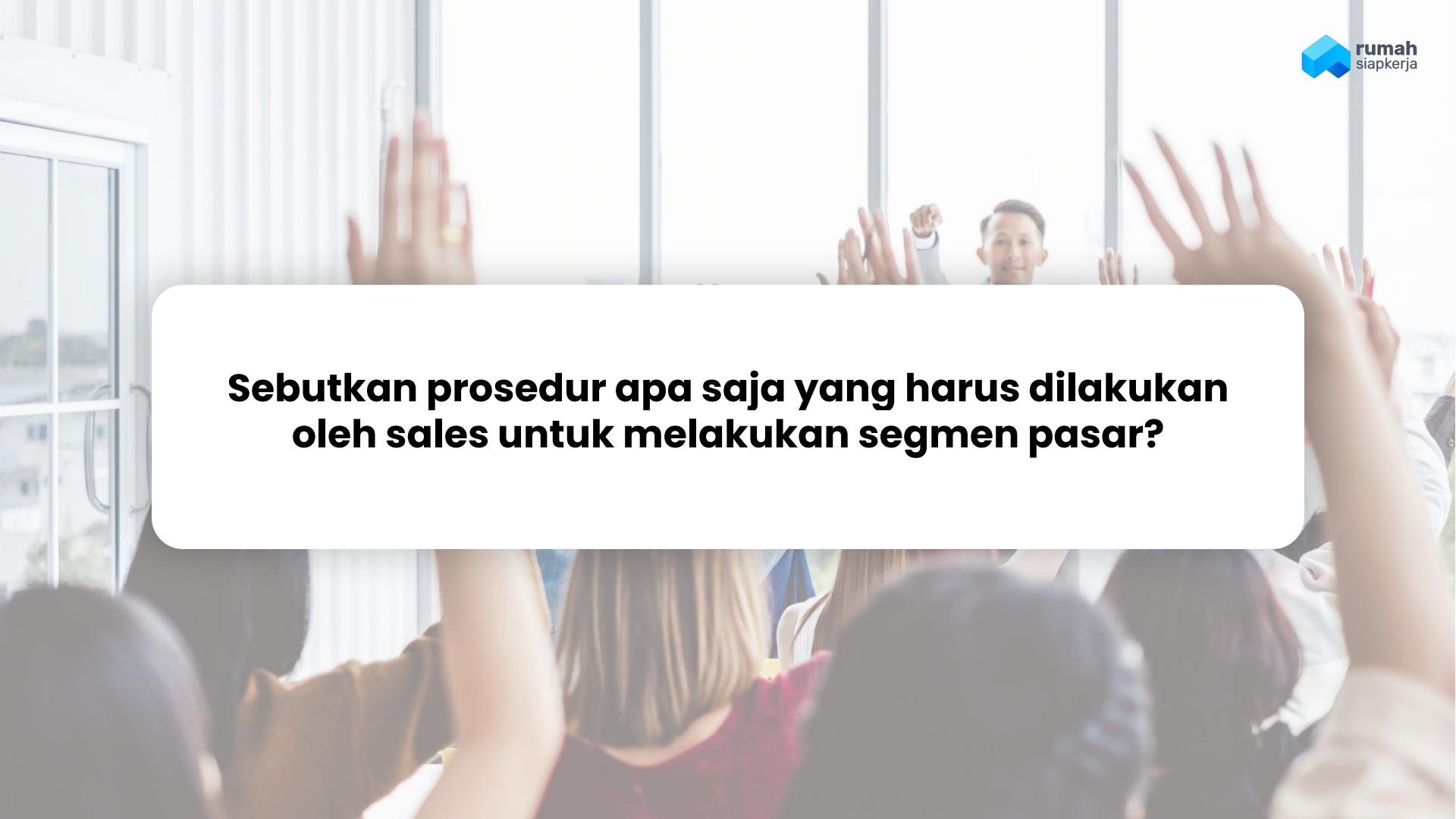
**Tahap
Pembentukan**



- + • **Apa tujuan melakukan tahap pembentukan setelah melakukan tahap survey dan tahap analisis?**



Tahap pembentukan dilakukan oleh sales untuk mengidentifikasi profil masing-masing segmen yang terbentuk. Dengan ini akan **teridentifikasi perbedaan masing-masing segmen berdasarkan sikap dan perilaku, demografi, psikografi, manfaat ataupun value** yang diharapkan dari sebuah segmen. Selanjutnya masing-masing segmen harus diberi nama berdasarkan karakteristik yang menonjol.



Sebutkan prosedur apa saja yang harus dilakukan oleh sales untuk melakukan segmen pasar?

+

o

Apa yang harus dilakukan lagi oleh sales ketika sudah menentukan kriteria segmen pasar dan sudah melakukan prosedur segmen pasar yang tepat?



+

+

Setelah menentukan kriteria segmen pasar dan melakukan prosedur segmen pasar yang tepat, sales dapat melakukan evaluasi segmen pasar yang dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan kesuksesan bisnis atau penjualan.



Saatnya Demonstrasi!



A photograph of two women sitting together, laughing and smiling. One woman has curly hair and is wearing a blue top, while the other has straight hair and is wearing a dark top. They are both resting their heads on their hands.

What's Next? Challenge: **Analisis Segmen Pasarmu!**

10 menit

Instruksi Aktivitas

1

Kamu akan **diberikan** produk aerputh.

2

Kamu harus **menganalisis dan mengidentifikasi masing-masing segmen pasar** untuk produk aerputh.

3

Kamu dapat **menuliskan hasil analisis** kamu di kertas.

4

Setelah itu, kamu harus **membacakan hasil analisis** yang sudah kamu tulis dan trainer akan memberikan feedback.

Strategi Penjualan



www.rumahsiapkerja.com

Disclaimer

The information contained in these documents is confidential, privileged and only for the information of the intended recipient and may not be used, published or distributed without prior written consent of PT. Samala Serasi Unggul



**Sebelum memulai pelatihan,
ayo kita mulai dengan aktivitas
“Tebak Harga Barang”**



Menurut kalian, berapa harga produk di samping ini?

Harga Produk di Toko Pertama



Mall Vaseline Healthy Bright Gluta Hyaluron Niacinamide Serum UV Lotion Flawless Bright 200ml

4.9 ★★★★☆

95,8RB Penilaian

10RB+ Terjual

Laporkan

Rp56.500 Rp50.900 10% OFF



Shopee Garansi 100% Ori
Garansi uang kembali jika produk tidak ori



Shopee Murah Lebay
Produk termurah di Shopee

Voucher Toko Rp10RB OFF

Protection Proteksi Efek Samping Produk New Pelajari

Pengiriman Dikelola Shopee | Dikemas dan Dikirim Shopee ?
Gratis Ongkir

Pengiriman Ke KOTA JAKARTA PUSAT ▼

Ongkos Kirim Rp0 ▼

Kuantitas

- 1 +

tersisa 3759 buah

Harga Produk di Toko Kedua



Vaseline.

NO.1 BODY SERUM IN INDONESIA*

GLUTAGLOW + HYALURON WITH PRO-RETINOL & DOUBLE UV FILTERS

Menyamarkan noda hitam dalam 2 minggu* dan UV protection

BRIGHTENING & MOISTURIZING BODY SERUM

200mL

*Berdasarkan uji klinis

GlutaGlow Hyaluron Pro-Retinol Double UV Filter

10X MORE VITAMIN C THAN VITAMIN E

Star Vaseline Healthy Bright Gluta Hyaluron Niacinamide Serum UV Lotion Flawless Bright 200ml

5.0 6 Penilaian | 12 Terjual

Laporkan

Rp45.000

Shopee Murah Lebay

Produk termurah di Shopee

Protection

Proteksi Efek Samping Produk Pelajari

Pengiriman

Gratis Ongkir

Pengiriman Ke

KOTA JAKARTA PUSAT

Ongkos Kirim

Rp0 - Rp25.000

Kuantitas

- 1 +

tersisa 13 buah



Masukkan Keranjang

Beli Sekarang

Menurut kalian, dari kedua produk yang dijual dengan harga yang berbeda. Produk dari toko manakah yang paling laku? Toko dengan toko yang paling murah atau toko yang lebih mahal?

Jika kalian adalah seorang pelanggan, produk dari toko manakah yang akan kalian beli? Produk dari toko pertama yang lebih mahal atau produk dari toko kedua yang lebih murah?

Padahal toko pertama dan toko kedua memiliki jenis produk, merk produk, dan kandungan atau spesifikasi produk yang sama. Tapi mengapa harganya berbeda?

Faktor dalam menganalisis harga barang

- Merk
- Kualitas
- Lokasi target pasar

Faktor dalam melakukan strategi penjualan

- Branding yang kuat
- Kualitas produk yang baik
- Harga yang bersaing

Dengan menentukan harga barang yang beda namun merk dan kualitasnya sama mengajarkan pentingnya menawarkan variasi harga yang berbeda untuk menjangkau berbagai segmen pasar. Begitu juga dalam strategi penjualan, sales perlu menyesuaikan harga produk dengan tujuan mencapai target pasar yang berbeda.

Overview Topik Pembahasan



Konsep Strategi Penjualan

Strategi Penjualan Efektif

Demonstrasi Strategi Penjualan

Strategi Penjualan



Definisi Strategi Penjualan

"Strategi penjualan adalah cara-cara yang digunakan oleh seorang penjual untuk menciptakan hubungan baik dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan membantu mereka membuat keputusan pembelian." – Zig Ziglar



Tujuan Strategi Penjualan

Menarik minat masyarakat terhadap produk dan jasa yang sales jual. Strategi penjualan tidak sebatas pelanggan membeli produk sales, tetapi bagaimana caranya agar pelanggan tersebut datang kembali untuk membeli produknya lagi.



Manfaat Strategi Penjualan

- Tolak ukur keberhasilan
- Pedoman menjalankan bisnis
- Koordinasi tim menjadi lebih baik

+

o

**Adakah yang tahu apa bagaimana cara membuat
strategi penjualan yang efektif?**



+



+



Membuat Strategi Penjualan yang Efektif

1

Melihat data penjualan sebelumnya

2

Menetapkan tujuan penjualan

3

Menentukan target pasar

4

Menentukan metode penjualan yang digunakan

5

Memahami kompetitor

6

Memulai dari hal-hal kecil

7

Mendengarkan yang dikatakan oleh prospek

8

Tetap konsisten

Strategi Penjualan yang Dapat Digunakan oleh Sales

1

Kenali target market

2

Buat rencana penjualan

3

Menggunakan social media sebagai perantara dengan konsumen

4

Gencarkan promosi

5

Memberikan diskon atau potongan harga



+

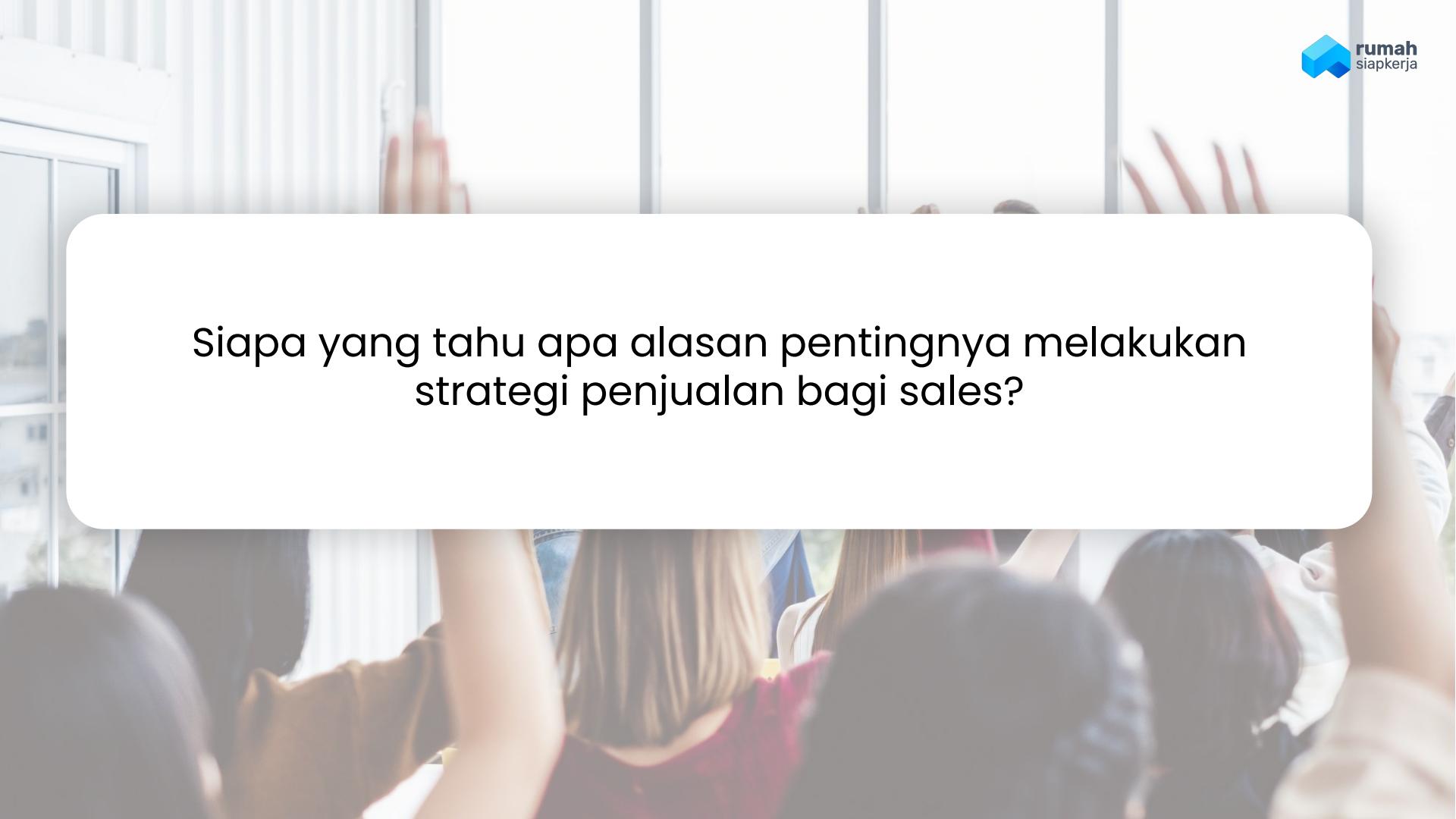
o

Dari kelima strategi penjualan yang sudah dijelaskan, menurut kalian strategi penjualan manakah yang paling cocok untuk menjual produk aerputh?



Saatnya Demonstrasi!





Siapa yang tahu apa alasan pentingnya melakukan strategi penjualan bagi sales?



What's Next?
Challenge:
Buatlah Rencana Penjualanmu!

10 menit

Instruksi Aktivitas

1

Kamu akan **berpasangan** seperti aktivitas pekan lalu.

2

Kamu akan membuat **rencana penjualan sederhana** produk aerputh.

3

Template rencana penjualan sederhana dapat kamu akses [di sini](#)

4

Setelah itu, kamu harus **mempresentasikan** template rencana penjualan yang telah dibuat.

Sampai sini, ada hal yang ingin didiskusikan?





THANK YOU!

