

# ***MAXIMIZE YOUR PROFIT!***

3 LANGKAH JITU TINGKATKAN KEUNTUNGAN BISNIS



***By***

***Babeh Maxima***

*Founder MaximaAdvertising.com*

Bisnis yang baik adalah bisnis dengan Cashflow Positif. Hal itu terjadi saat penjualannya tinggi. Namun, bukan sekedar Omsetnya saja yang tinggi, namun Profitnya juga. Kali ini Babeh akan memberikan langkah-langkah dalam memaksimalkan Profit Bisnis Anda dalam E-Book sederhana ini.

Ada beberapa masalah yang sering dihadapi oleh pengusaha, mungkin ini juga terjadi pada Anda:

- Omset dan Profit bisnis stabil, bahkan cenderung stagnan
- Bisnis menggugung banyak hutang untuk menutupi operasional bisnis (gali jurang, tutup lubang), capeekkk.. :’(
- Sales (penjualan) tidak meningkat
- Omset selangit, namun cashnya sulit
- Keuangan kacau, padahal bisnisnya sudah besar
- Pengeluaran (expense) terlalu tinggi
- Piutang tidak tertagih jumlahnya besar
- Stok barang menumpuk

Setelah babeh amati, ternyata permasalahan yang terjadi sebenarnya sederhana. Sayangnya, ketidakpahaman tentang hal sederhana ini bisa berdampak buruk pada bisnis yang dijalankannya. Hal yang babeh maksud adalah ketidakpahaman terhadap CASHFLOW.

Babeh akan bagikan Rahasia **BAGAIMANA MENINGKATKAN PENJUALAN yang akan berpengaruh terhadap peningkatan OMSET, PROFIT serta CASHFLOW**

## **No CASH, Business CRASH**

Cashflow adalah darah dalam bisnis Anda. Jika Anda kehabisan cash, artinya Anda kehabisan darah dalam bisnis Anda. Ibarat manusia yang kehabisan darah, ia bakal LEMAH, LESU, TIDAK BERGAIRAH dan kalau terus terjadi bakal MATI. Begitu pula bisnis Anda tanpa CASH. BANGKRUT. Sayangnya tidak semua pengusaha paham akan hal ini. Beruntung bagi Anda yang mendapat E-Book ini. Babeh akan jelaskan tahap demi tahap bagaimana cara mengatasinya.

Coba cek, banyak pengusaha yang belum paham tentang istilah-istilah bisnis berikut ini:

- Sales / omset
- COGS (Harga Pokok Produksi)
- Gross Profit (Keuntungan Bruto)
- Expense
- Net Profit (Keuntungan Bersih)
- Cash

Bagaimana dengan Anda, Sudahkah paham istilah tersebut?

Kebanyakan pengusaha terlalu fokus pada Omset. Ini tidaklah salah, tapi kurang tepat. Mengapa demikian? Karena percuma jika omsetnya besar tapi COGS dan Expense-nya juga besar. Anda tidak akan mendapat apa-apa.

Misalkan Anda bisnis Keripik, harga jual per pcs-nya adalah Rp 10.000. Harga produksinya (COGS/ HPP) adalah Rp 7.000. Setiap bulan Anda berhasil menjual rata-rata sekitar 10.000 pcs, maka omset Anda Rp 100.000.000 per bulan. Dengan COGS sebesar Rp 7.000/pcs, maka  $Rp\ 7.000 \times 10.000\ pcs = Rp\ 70.000.000$ . Misal expense bisnis Anda seperti gaji pegawai, biaya listrik, biaya marketing, telepon, sewa tempat, dll itu adalah Rp. 30.000.000.

Pertanyaannya, berapa NET PROFIT yang Anda terima?

## RUMUSNYA

$$\begin{aligned} & \text{SALES} \\ & - \\ & \text{COGS/HPP} \\ & = \\ & \text{GROSS PROFIT} \\ & - \\ & \text{EXPENSE} \\ & = \\ & \text{NET PROFIT} \end{aligned}$$

## HASIL

$$\begin{aligned} & \text{Rp } 100.000.000,- \\ & - \\ & \text{Rp } 70.000.000,- \\ & = \\ & \text{Rp } 30.000.000,- \\ & - \\ & \text{Rp } 30.000.000,- \\ & = \\ & 0 \end{aligned}$$

Ternyata hasilnya NOL. Ini masalah.... :(

Babeh kasih contoh lain, missal Anda seorang pengusaha konveksi. Net profit yang didapatkan setiap bulan adalah Rp 25.000.000. Tapi pada faktanya, ketika Anda ingin mengambil profit tersebut, ternyata uang tersebut tidak ada. Pertanyaannya, kemana uang tersebut?

Ternyata, uang tersebut menumpuk di PIUTANG dan dalam bentuk barang (Stok Menumpuk). Tentu profit yang Anda dapatkan tidak sesuai dengan cash yang Anda terima. Ini masalah.... :(

Tapi jangan khawatir, hal tersebut TIDAK AKAN BENAR-BENAR jadi masalah. Kalau profit tidak ada, Cash-nya ada, bisnis Anda masih bisa berjalan. Tapi kalau cash tidak ada, tapi profit ada, bisnis Anda tidak bisa berjalan lagi.

***"Bisnis Anda masih bisa hidup tanpa PROFIT tapi bisnis Anda tidak bisa hidup tanpa CASH"***

Maka, ada istilah Profit is King, Cash is Queen. Raja tidak akan pernah bisa hidup tanpa Ratu disampingnya #Eeaa.. :D

Sekarang, apa bedanya profit dengan cash?

- Profit itu ilusi. Cash itu nyata,
- Profit itu teori. Cash itu fakta,
- Profit itu di atas kertas. Cash itu di kantong kita,
- Profit itu di laporan keuangan, Cash itu di tabungan.

Sebagai pengusaha, mana yang Anda cari? Profit atau cash?

Kalau jawabannya CASH, maka mindset Anda sudah benar. Kalau jawabannya hanya PROFIT, bersiap-siaplah, bisnis Anda akan terus-terusan bermasalah.

Kembali ke topik, dari mana datangnya cash?

Salah satu sumber datangnya cash yang paling utama adalah dari PENJUALAN. Maka tugas kita sebagai pengusaha adalah bagaimana caranya agar cash bisnis kita tetap ada, dalam jumlah yang banyak, dan bisa digunakan untuk operasional bisnis.

Ada 3 fokus yang akan kita lakukan untuk meningkatkan penjualan, yaitu:

1. Getting Customer
2. Keeping Customer
3. Growing Customer

***GETTING CUSTOMER***

Babeh akan bahas Bagaimana cara kita MENDAPATKAN CUSTOMER. Tujuannya adalah agar banyak orang yang TAHU dan BELI produk kita. Tujuan lain dari Getting Customer ini adalah mengubah SUSPEK jadi PROSPEK, lalu mengubah PROSPEK jadi BUYER.

## ***SUSPEK → PROSPEK → BUYER***

- ***Suspek*** adalah mereka yang tidak tahu sama sekali tentang produk kita, tapi menjadi target market kita.
- ***Prospek*** adalah mereka yang sudah tahu produk kita, tertarik dengan produk kita, tapi BELUM BELI.
- ***Buyer*** adalah mereka yang tahu produk kita, tertarik dengan produk kita, butuh dengan produk kita, dan BELI untuk yang pertama kalinya.

Dalam bahasan kali ini, untuk mempermudah pemahaman, Babeh akan mengubah kata “BUYER” menjadi “FIRST CUSTOMER”. Ada banyak cara bagaimana kita bisa mendapatkan first customer. Diantara banyak cara tersebut, Babeh akan bagikan 9 yang bisa langsung Anda praktekan dalam bisnis Anda, diantaranya:

### ***1. ADVERTISING (iklan)***

Bagi Anda yang kelebihan uang, Anda bisa gunakan strategi ini untuk mendapatkan *first customer*. Kenapa Babeh katakan kelebihan uang? Karena biasanya untuk beriklan kita harus mengeluarkan uang yang cukup banyak. Sedangkan sebagai pengusaha, kita ingin agar biayamarketing sekecil-kecilnya, efeksebesar-besarnya. Betul? Itulah yang disebut biaya akuisisi.

Biaya akuisisi adalah biaya yang kita keluarkan untuk mendapatkan satu customer baru. Misalnya, biaya marketing Anda Rp 1.000.000. Melalui iklan yang Anda gunakan, setelah diukur ternyata hanya menghasilkan 4*first customer*. Artinya, biaya akuisisi Anda adalah Rp 250.000. Paham? Itulah biaya akuisisi.

Dalam beriklan, biaya akuisisi Anda biasanya akan membengkak. Karena Anda harus mengeluarkan uang untuk jasa iklan, yang terkadang iklan tersebut belum tentu berdampak pada penjualan. Betul tidak?

Tapi walaupun begitu, bagi Anda yang sudah jago dalam membuat konten iklan, dan memiliki cukup uang, lakukanlah strategi ini. INGAT! Iklan adalah INVESTASI. Maka kuncinya adalah TES dan UKUR. Kalau memang menghasilkan maka **LANJUTKAN**, namun kalau tidak berdampak **TINGGALKAN**.

Anda bisa beriklan di:

- Koran lokal,
- Koran harian,
- Televisi,
- Radio,
- Majalah, dll.

Apa saja yang harus Anda perhatikan dalam beriklan?

### ***A. COPYWRITING***

Suatu bentuk kesatuan berupa tulisan yang bisa menerangkan atau menjelaskan produk atau jasa yang Anda tawarkan.

### ***B. HEADLINE***

Merupakan salah satu faktor TERPENTING agar iklan Anda bisa menarik dan memberikan hasil yang optimal. Headline yang baik bukan yang fokus pada produk, tapi fokus pada benefit/value yang diberikan produk.

Bayangkan ada pedagang asongan yang teriak-teriak di jalan, “Koran, koran, koran!” “Koran, koran, koran!” “Koran, koran, koran!” Dan ada satu pedagang lagi berteriak, “Berita baru, Anas jadi digantung di Monas”, “Berita baru, Anas jadi digantung di Monas”, “Berita baru, Anas jadi digantung di Monas”. Mana yang lebih menarik? Dan mana kira-kira koran yang lebih laku?☺

## **2. BROSUR**

Brosur ini paling baik digunakan sebagai ALAT BANTU PENJUALAN. Kenapa? Karena sebagian besar orang hanya akan memandangi gambarnya kemudian membuang brosur itu. Mungkin Anda pun ketika menerima brosur akan melakukan hal demikian. Betul?

Kecuali topik utama brosur Anda menarik dan memang membutuhkan keputusan yang besar (seperti bisnis jual mobil, rumah, investasi, dll), brosur dapat menjadi semacam penunjang atau alat bantu yang Anda butuhkan selama proses penjualan produk tersebut. Pesan Babeh, jangan jadikan brosur sebagai tumpuan Anda dalam menjual. Brosur hanya alat bantu.

## **3. INTERNET/WEB/SOCIAL MEDIA**

Tidak perlu ditanya lagi, di era informasi ini, *mendapatkan first customer* dari internet/web/social media sudah hal biasa. Bahkan, saat ini bisnis-bisnis lebih giat dalam melakukan promosi lewat internet daripada konvensional. Inipun harus Anda lakukan. Bagaimana caranya?

Babeh tidak akan membahasnya disini, tunggu E-Book berikutnya, hehehe... Satu hal yang harus Anda pahami bahwa psikologi customer disaat melakukan promosi offline dan online itu BERBEDA. Belajarlah pada ahlinya dalam melakukan pemasaran lewat online.

## **4. DISTRIBUTOR/AGEN**

Disini Anda secara selektif membiarkan produk atau jasa Anda dijual atau dikirimkan melalui individu atau bisnis lain. Cara ini dapat menjadi cara yang cepat memasarkan produk Anda di tingkat nasional. Tetapi semuanya bergantung pada reputasi distributor atau agen. Jika mereka melakukan kesalahan kepada customer ketika menjual produk Anda, maka Anda lah yang kena dampak jeleknya.

Tips dari Babeh:



- Periksa reputasi mereka
- Pastikan win win solution, atau saling menguntungkan
- Periksa apakah mereka mendistribusikan produk yang mirip yang mungkin menjadi pesaing Anda
- Tawarkan insentif yang besar untuk mendorong motivasi mereka

## ***5. TELEMARKETING***

Ini adalah cara yang hebat untuk mengatur janji dan mendapatkan first customer. Pastikan Anda menelepon daftar orang-orang yang akan tertarik (prospek). Pekerjaan orang yang memiliki suara bersahabat dan tenang di telepon. Jika mungkin, buatlah *script* yang bisa menarik orang.

## ***6. MENULIS BUKU/ E-BOOK***

Ini cara yang cepat membangun kredibilitas dan sekaligus bersenang - senang. Tokoh-tokoh pengusaha yang sukses saat ini, misalnya Rangga Umara (owner Pecel Lele Lela), punya buku berjudul DREAM BOOK. Reza Nurhilman (owner Maicih), punya buku berjudul REVOLUSI PEDAS. Mas Mono (owner Ayam Bakar Mas Mono), punya buku berjudul SEDEKAH DIANTAR. Saptuari Sugiharto (owner Kedai Digital), punya buku berjudul TWEET SADIZ BIKIN MRINGIS. Dan masih banyak lagi para pengusaha yang untuk meleverage bisnisnya dengan cara menulis buku. Kalau Babeh masih nulis E-Book dulu, hehehe...

## ***7. SEMINAR DAN KEGIATAN***

Mengadakan seminar GRATIS atau berbayar adalah cara yang luar biasa untuk mengumpulkan prospek Anda sekaligus. Tentu saja, hal ini hanya cocok untuk sebagian kecil bisnis, terutama yang memiliki produk atau jasa informasi. Promokan seminar, lalu tindaklanjuti para pesertanya.

Supaya seminar ini berdampak luar biasa, Babeh sarankan datangkan pembicara yang bagus dan menarik untuk menarik first customer. Pastikan pula tempatnya nyaman. Dan ingat, Anda jangan hanya menjual, tapi juga HARUS memberikan informasi yang berguna bagi peserta.

### ***8. WOM (Word of Mouth)***

WOM adalah strategi yang paling ampuh dalam mendapatkan first customer. Apa keuntungan pakai WOM?

Pertama, MUDAH. Anda nggak perlu hafal konsep marketing yang rumit. Cukup ingat TPS (Talking – Promoting – Selling). Pokoknya, kalau mau bisnis sukses, pastikan banyak yang tidak sekedar membicarakan, tapi juga mempromosikan, dan menjual. Dan ini akan dilakukan oleh customer Anda sendiri.

Kedua, MURAH. Anda nggak perlu banyak keluar uang, bahkan bisa GRATIS.

Ketiga, ALAMIAH. Kalo produk dan pelayanan bisnis Anda bagus dan memuaskan customer, secara alami customer Anda PASTI akan membicarakan produk Anda ke orang lain. Karenanya, buat sesuatu yang bisa jadi bahan pembicaraan.

Misal:

- Nasi Goreng dengan penawaran menarik “Khusus Ibu Hamil Makan Gratis”
- Warung Pecel Lele Lela memberikan penawaran menarik berupa “Yang Namanya Lela Boleh Makan Gratis Seumur Hidup”
- Warung Steak memberikan penawaran menarik berupa “Yang Ulang Tahun Hari Ini Boleh Makan Sepuasnya”
- Toko sepatu memberikan penawaran menarik berupa “Buy One Get One”

Hal-hal seperti ini jika produk dan pelayanannya bagus akan jadi bahan pembicaraan dan berefek WOM.

## ***9. COMMUNITY***

Kenapa komunitas? Karena disitu sudah berkumpul banyak orang yang memiliki minat yang sama. Karenanya bergabunglah dengan komunitas-komunitas yang memiliki minat yang sama. Sesuai dengan value produk Anda. Jika 9 hal di atas adalah strategi yang bisa Anda gunakan untuk mendapatkan first customer, maka ini adalah 3 hal yang akan memperbesar tingkat closing-nya:

### ***1. Jaminan tertulis***

Anda membuat jaminan yang menjawab kekhawatiran utama customer yang membeli dari Anda. Tentukan hal-hal yang ditakutkan customer ketika membeli dari Anda, dan JAMIN kalau hal tersebut tidak akan terjadi. Kalau pun itu terjadi, tawarkan uang penggantian, atau perbaiki yang salah.

### ***2. Tentukan keunikan Anda***

Kalau tidak ada hal yang berbeda dari bisnis Anda, orang hanya membeli dari Anda karena kemudahan atau harga, tidak lebih dari itu.

### ***3. Cetak daftar manfaat dan testimoni***

Cetak daftar manfaat dari produk yang Anda jual. Edukasi customer dengan manfaat, bukan dengan produk. Kalau ada tokoh atau customer yang puas dengan produk Anda, cantumkan testimoni nya. Ini akan memperbesar customer lain untuk beli produk Anda.

## ***KEEPING CUSTOMER***

Bagaimana cara Anda MEMPERTAHANKAN CUSTOMER?

Tujuan dari mempertahankan customer adalah agar mereka menggunakan produk dan jasa kita dengan frekwensi yang lebih: LEBIH SERING dan LEBIH BANYAK. Dengan kata lain, sangat penting membangun LOYALITAS mereka agar tetap bertahan beli produk di bisnis kita. Tujuan lain dari Keeping Customer adalah mengubah dari buyer menjadi customer, dan mengubah customer menjadi member.

## ***BUYER → CUSTOMER***

- Buyer adalah *first customer*. Mereka yang membeli untuk pertama kalinya produk kita
- Customer adalah mereka yang sudah melakukan repeat order dalam membeli produk kita. Customer PASTI buyer, tapi buyer belum tentu customer.

### ***1. MEMBERSHIP***

Buatlah kartu anggota. Melalui kartu anggota kita daapt menawarkan berbagai variasi dari program loyalitas, entah berbentuk diskon atau sistem poin atau kombinasi lainnya. Pemberian kartu anggota dengan berbagai macam manfaat yang terkandung di dalamnya memang terbukti membuat seorang customer agak Babehng kalau tidak membeli ke tempat semula. Contoh bisnis yang menggunakan strategi membership ini adalah Matahari, Metro, Alfamart, dll.

### ***2. POINT REWARD***

Sistem poin pada dasarnya adalah pemberian poin tertentu untuk setiap pembelian sejumlah tertentu. Poin yang dikumpulkan bisa ditukarkan dengan hadiah yang menarik. Contoh bisnis yang menggunakan strategi point reward ini adalah MLM, Hero, operator seluler, hotel, dll.

### ***3. SPECIAL DISCOUNT***

Harus diakui bahwa orang Indonesia itu gila diskon. Diskon harga masih menjadi salah satu cara paling mudah untuk mempertahankan customer. Hanya saja, sebagai pengusaha kita perlu hati-hati untuk tidak terlalu sering menggunakan strategi ini karena bisa memperkecil profit.

Diskon khusus bisa kita berikan kepada customer jika ada momen-momen yang special dan tepat, misalnya menyambut lebaran, natal, tahun baru, dll.

#### ***4. EXCLUSIVE OFFERING***

Penawaran khusus selalu jadi jurus ampuh untuk membuat perbedaan antara customer lama dan customer baru. Disinilah pentingnya kita memiliki DATABASE CUSTOMER. Kita akan jadikan customer lama kita sebagai target market utama kita. Kita berikan penawaran khusus kepada mereka yang tidak akan didapatkan oleh customer lain yang belum menjadi member.

#### ***5. GROUP BUYING***

Pembelian dalam bentuk paket ini berbagai macam, misalnya:

“Kalau beli 1 Rp 25.000, tapi kalau beli 3 Rp 70.000 aja, Mas”

“Beli banyak aja, mba. Beli 10 GRATIS 1, lho”

“Khusus hari ini, kalau belanja minimal Rp 350.000 nanti dapat hadiah tas, Bu”

Strategi ini bisa sangat efektif jika kita menggunakannya dengan baik. Misalnya jika bisnis Anda salon khusus wanita, kalau customer berhasil membawa temannya datang (yang belum pernah datang sebelumnya), maka ia akan mendapatkan harga khusus. Jelas customer akan tertarik, karena biasanya wanita memang lebih suka mengajak temantemannya pergi ke salon bersama. Atau misal bisnis Anda bimbingan belajar, kalau customer berhasil mengajak temannya gabung, maka dia akan mendapatkan cashback, dll.

## ***GROWING CUSTOMER***

Bagaimana cara Anda MENUMBUHKAN CUSTOMER? Customer yang tumbuh adalah customer yang melakukan more uses, yaitu penggunaan fungsi lain produk atau jasa yang sudah digunakan. Tujuannya adalah agar customer Anda semakin banyak dan bertumbuh. Tujuan lain dari Growing Customer adalah mengubah customer menjadi member.

## ***CUSTOMER → MEMBER***

- Customer adalah mereka yang sudah melakukan repeat order dalam membeli produk kita, tapi belum tentu merekomendasikan kepada orang lain
- Member adalah customer yang aktif mereferensikan orang untuk jadi customer kita

Ada dua pendekatan yang bisa lakukan agar customer kita tumbuh:

**Pertama**, kita menumbuhkan customer yang sudah ada. Tujuannya agar customer melakukan pembelian lebih banyak.

**Kedua**, kita menumbuhkan customer baru dari customer yang sudah ada. Tujuannya agar customer lama merekomendasikan kepada teman-temannya, tetangganya, keluarganya, atau siapapun yang mereka kenal agar mereka menjadi customer baru kita.

Untuk menumbuhkan customer melalui pendekatan **Pertama**, kita bisa menggunakan strategi:

1. UP-SELLING
2. CROSS SELLING

Bagaimana cara kita melakukannya?

### ***1. Up-selling***

Ini dapat dilakukan ketika kita memiliki variasi produk yang lebih mahal. Caranya adalah menjual produk yang lebih mahal kepada customer daripada

produk yang mereka lihatlihat, berdasarkan manfaatnya. Ketika melakukan up-sell, kita mesti menjelaskan bagaimana model yang lebih mahal akan lebih sesuai dengan kebutuhan jangka panjang mereka. Up-selling secara langsung akan menggandakan profit Anda. Anda bisa menggunakan strategi up-selling ini dengan cara:

- a. Tunggu sampai customer Anda sudah memuuskan untuk membeli, lalu TAWARKAN PRODUK TAMBAHAN yang lebih mahal
- b. Jika customer tidak yakin dengan apa yang mereka cari, gunakan momentum ini untuk mengidentifikasi manfaat yang mereka cari. Bisa jadi apa yang Anda tawarkan belum terpikirkan oleh customer dan ternyata customer tertarik. Ujung-ujungnya beli.

## ***2. Cross-selling***

Ini biasa dilakukan oleh perusahaan yang memiliki jenis produk bervariasi. Tentu Anda sering membeli sebuah produk di suatu tempat dan ditanya “Ada lagi pak?” atau Anda membeli salah satu produk di McDonald’s dan oleh kasirnya ditanya “Ice cream cone-nya, mas?” “Tambah kentangnya, mas?”. Nah, Ini yang disebut dengan cross-selling

Selanjutnya untuk menumbuhkan customer melalui pendekatan **Kedua**, kita bisa menggunakan strategi:

## ***REFERRAL***

Satu prinsip yang harus Anda pahami dalam marketing:

*"Jika customer Anda PUAS, mereka akan merekomendasikan pada 1 orang lainnya. Jika customer Anda KECEWA, mereka akan membicarakan kekecewaan mereka pada 10 orang"*

Apa maksud dari kata-kata di atas?

KEPUASAN. Itulah intinya. Berikan kepuasan kepada pelanggan. Tujuannya apa? Agar mereka melakukan strategi REFERRAL tanpa mereka sadari. Dan ingat, biaya akuisisi strategi ini murah, bahkan GRATIS. Karena yang melakukan promosi bukan Anda, tapi customer.

Intinya, bagaimana supaya customer Anda dapat MENCERITAKAN, MEMPROMOSIKAN, dan akhirnya MENJUAL produk Anda ke calon customer lainnya hingga menjadi customer baru.

Tidak berhenti sampai disitu, kalau Anda benar-benar sukses mempraktekkan "KEEPING CUSTOMER", maka siklus ini akan terus terjadi. Percayalah!

Itulah 3 Langkah untuk meningkatkan penjualan Anda yang bakal berdampak pada cashflow perusahaan Anda yang baik. INGAT! Hal paling penitng setelah ini adalah PRAKTEK. Tanpa praktek langsung, maka ilmu sebagus apapun akan sia-sia. Siap?

*"Hanya orang BODOH yang mengharapkan hasil maksimal, namun la hanya berpangku tangan, tidak melakukan apa-apa" (Babeh)*

Babeh beri BONUS 55 Ide Segar untuk semakin meningkatkan penjualan Anda. Silakan gunakan dalam bisnis Anda:

1. *Tingkatkan range produk*
2. *Meningkatkan umur produk*
3. *Selalu sediakan barang*
4. *Tawarkan kontrak layanan*
5. *Simpan informasi vital tentang customer, buat program special untuk mereka*
6. *Produk of the week*
7. *Ajak mereka beli lagi*
8. *Public relation program*
9. *Press release ke media lokal*
10. *Masukan brosur ke kotak pos*



11. *Buat katalog*
12. *Brosur professional*
13. *Halaman kuning*
14. *Barter*
15. *Beli list database*
16. *Direct mail*
17. *Mengikuti tender*
18. *Surat kabar harian*
19. *Billboard / poster*
20. *Beri pelayanan maksimal*
21. *Membuat program customer special*
22. *Beri kesan mendalam*
23. *Under promise & over deliver*
24. *Merapikan proses penjualan*
25. *Melayani dengan konsisten*
26. *Informasikan keseluruhan produk*
27. *Bina hubungan baik*
28. *Punya cerita khusus*
29. *Simpan baik-baik data klien*
30. *Jual produk orang lain*
31. *Buat kompetisi*
32. *Follow up setelah penjualan*
33. *Tahu nama pelanggan*
34. *Jadi teman pelanggan Anda*
35. *Tawarkan coba-coba gratis*
36. *Buat peluncuran produk baru*
37. *Latim tim Anda*
38. *Buat jadwal kunjungan*
39. *Kemasan produk*
40. *Stiker*
41. *Magnet kulkas*
42. *Kontrak dengan program pemerintah*

- 43. *Seragam kerja*
- 44. *Kartu nama*
- 45. *Acara networking*
- 46. *Host beneficiary*
- 47. *Festival / show*
- 48. *Pengumuman hari dan jam buka*
- 49. *Pameran*
- 50. *Network marketing*
- 51. *Franchise*
- 52. *Promo hari tertentu*
- 53. *Buka cabang / pindah cabang*
- 54. *Test & measure*
- 55. *Memberi insentif penjualan*

Masih banyak lagi strategi-strategi praktis untuk meningkatkan sales bisnis Anda. Semoga E-Book ini bermanfaat bagi Anda.

Bagi Anda yang sudah membaca dan merasakan manfaat dari E-Book ini, silahkan berikan testimoni melalui twitter dengan mention @BBPromosi. Isi testimoninya bebas. Babeh akan RT secara otomatis. CMIIW..

***Bingung Bikin Edukasi di  
Sosial Media?***

***Mau Tahu Teknik-Teknik AMPUH  
Promosi di Sosial Media?***

***Babeh akan kasih SOLUSI-nya***

***INVITE***

***Pin 2A3012EO***

***Babeh @MaximaAdv***



## **BAB 1 ++**

### ***Inilah Cara Produk Tidak Terkenal Laris Manis Dipasarkan***

Banyak pengusaha pemula bingung bagaimana mengenalkan produknya ke pasar. Akibatnya produknya tidak laku dan menumpuk digudang. Kalau sudah begini tutup dah bisnisnya.. Hiks..hiks.. :(

Tentu pastikan terlebih dahulu produk Anda memang berkualitas. Jangan sampai setelah orang membeli, lalu kecewa. Coba tes dilingkungan terdekat Anda, lalu setelah itu ke lingkungan yang tidak Anda kenal sehingga penilaian objektif.

Kalau sudah diuji coba dan hasilnya positif, saatnya lanjut jualan. Jangan terlalu lama dibagian produksi, saatnya Anda menghasilkan uang lewat jualan.

Tugas pertama adalah bagaimana pembeli datang ke toko Anda. Inilah bagian PROSPEK. Bagi produk baru, biasanya bakal kesulitan mendatangkan pengunjung. Babeh akan beritahu caranya. Siap?

Waktu Babeh lagi liburan di Bandung, babeh lagi cari oleh-oleh buat keluarga. Saat itu babeh mau bawa batagor yang merupakan makanan khas Bandung. Babeh coba tanya sopir babeh yang asli Bandung, katanya ada 2 batagor yang terkenal di Bandung dan biasa di bawa oleh wisatawan, yaitu Batagor Riri dan Batagor Kingsley.



Karena memang ingin bawa oleh-oleh yang bener-bener enak buat keluarga, akhirnya babeh berburu 2 batagor tadi. Sayangnya perburuan babeh berakhir nihil. Dua batagor tadi pas tokonya tutup semua. Coba cari ke cabang-cabang yang lain juga tidak ada yang buka.

Ditengah tengah keputus asaan, babeh menemukan secercah harapan. Saat pulang melewati daerah Pasteur. Babeh lihat tulisan "Disini Tersedia Batagor Riri, Batagor Kingsley dan Batagor Rizky". Langsung babeh mita sopir untuk menuju ke toko tersebut.

Dengan hati senang babeh tanya ke penjual untuk membeli salah satu batagor yang terkenal itu.

"Teh, mau beli batagor Kingsley ada?"

"Wah, sayang kang, batagor kingsley-nya habis"

"Kalau, Batagor Riri ada, teh?"

"Itu, juga lagi habis, kang"

"Adanya batagor apa, the"

“Ini adanya batagor Rizky, kang. Mau beli berapa bungkus?”

Karena memang saat itu sudah malam dan besok babeh harus pulang naik pesawat pagi, akhirnya babeh membeli Batagor Rizky sebagai oleh-oleh.

Babeh juga melihat beberapa pengunjung setelah babeh yang menanyakan batagor Riri dan Kingsley dan berakhir dengan membeli Batagor Rizky. Laris manis, deh, Batagor Rizky.. Hehehe.. Pinter Ownernya..

Apa yang bisa temen-temen pelajari dari kisah babeh tadi?

Inilah yang babeh sebut “Jurus Nempel”.Kalau Anda belum terkenal maka sering-sering nempel orang terkenal, ntar lama-lama juga terkenal.Seperti temena babeh yang sekarang terkenal jadi motivator dan laris diundang banyak orang karena dia nempel motivator terkenal.

Begitu pula jika produk Anda belum terkenal, nempel-lah pada produk yang sudah terkenal.Jual produk-produk yang sudah memiliki nama besar, sehingga bukan Anda yang susah-susah cari pembeli, namun pembelilah yang akan mendatangi Anda.

Saat sudah banyak yang datang untuk membeli produk terkenal Anda, saatnya Anda tawarkan juga produk Anda untuk bisa mereka coba. Jika produk Anda benar-benar bagus, maka bisa jadi orang akan berpindah pada produk Anda. Kalaupun belum, Anda juga tetap untung dengan jual produk yang sudah terkenal tersebut.

***Sekarang Anda mau pakai “Jurus Nempel” sama siapa supaya cepet laris ? ;)***

## ***BAB 2 ++***

### ***Rahasia Produk Laku Lebih Banyak dan Lebih Cepat***

Siapa yang tidak mau produknya bisa laku lebih banyak dan lebih cepat. Semua pengusaha pasti menginginkannya. Ada satu kunci, yaitu menjadikan produk Anda adalah HABIT atau KEBIASAAN dari konsumen Anda. Saat produk Anda sudah jadi habit, maka konsumen akan dengan senang hati membeli produk Anda terus menerus, lebih cepat, lebih banyak. Serius?

Seberapa sering Anda minum susu dalam 1 hari? Biasanya minum 1x dalam 1 hari, pagi atau malam.

Seberapa sering Anda mencuci tangan dengan sabun? Hampir tidak pernah atau maksimal jika disana ada wastafel, hehehe..

Namun, semua itu berubah setelah pemilik produk membuat Anda menjadikan semua HABIT. Minum susu bisa lebih dari 1x sehari karena Rajin minum susu membuat tubuh lebih sehat, kuat dan tumbuh lebih cepat. Anda lebih sering mencuci tangan sebelum makan, bukan hanya dengan air, namun dengan sabun cuci tangan agar benar-benar steril dari kuman.

Anda juga lebih sering mencuci baju kotor anak atau adik kecil Anda, karena Anda tidak masalah mereka main kotor-kotoran, Mengapa? Kata iklan salah satu deterjen bilang, "BERANI KOTOR ITU BAIK.." Hehehe..

Babeh punya pengalaman terkait masalah HABIT dalam bisnis waktu liburan ke rumah tante. Waktu dirumah tante, babeh bener-bener suka minum susu dan kopi, sehari bisa 3-4 kali, padahal kalau di rumah cuma 1 kali sehari. Mau tahu sebabnya?



Mesin inilah yang menyebabkan saya sering minum susu atau kopi. Dengan dispenser seperti ini kita bisa membuat hingga 8 jenis minuman hangat. Dengan penggunaan yang lebih mudah, maka babeh makin sering minum dan jadi kebiasaan.

Biasanya kalau mau buat susu atau kopi harus ribet dengan segala komposisinya, sekarang tinggal pencet aja. Dan, Akibatnya tante babeh harus lebih sering ngisi dispensernya sama Milo, Nescafe dan Teh Tarik, hehehe...

\*BukanArtikelPromosi\*

***Sudahkah, produk Anda membuat konsumen menjadikannya  
HABIT?***



## **BAB 3 ++**

### **MAU SUKSES KOK BANYAK ALASAN?**

Inilah bab penutup dari babeh buat para pembaca. Pada bab sebelumnya sudah bahas masalah teknis dalam bisnis supaya profitnya naik luar biasa, kini babeh mau bahas masala non teknis. Hal ini penting karena babeh lihat sebagian besar pengusaha gagal bukan masalah teknis, tapi masalah non teknis. Salah satunya adalah BANYAK ALASAN.

Sudah wajar semua pengusaha ingin sukses dalam bisnisnya, Anda juga, kan? Sukses itu sebuah proses, bukan sesuatu yang instant. Kalau senangnya dengan yang instant biasanya bakal jadi pengusaha banyak alasan.

*Tidak mau ikut training **ALASAN** Mahal*

*Tidak mau ikut komunitas **ALASAN** Sibuk*

*Tidak mau baca buku **ALASAN** Buku cuma teori doang*

*Tidak mau datang seminar **ALASAN** Seminar cuma ngomong doang*

*Tidak punya mentor **ALASAN** belum punya kenalan*

*Tidak jalan usaha **ALASAN** Tidak punya modal*

Apa yang terjadi jika mereka GAGAL? Pengusaha “BANYAK ALASAN” saat mereka gagal akan jadi generasi “MENYALAHKAN”. Ini yang bakal terjadi...

**GAGAL** karena tidak punya bakat bisnis

**GAGAL** karena mentornya kurang semangat

**GAGAL** karena trainernya tidak bagus

**GAGAL** karena kurang modal

**GAGAL** karena team tidak solid

**GAGAL** karena buku yang dibaca tidak berdampak

**GAGAL** karena ditipu pembeli

Mereka selalu menyalahkan pihak ketiga saat mereka GAGAL. Merasa bahwa dirinyalah yang paling benar. Padahal...

SUKSES atau GAGAL itu karena usaha dan kerja keras kita sendiri bukan karena orang lain. Bukankah dalam firmanNya telah disebutkan bahwa Tuhan tidak akan berubah nasib suatu kaum sebelum mereka merubah diri mereka sendiri. Pengusaha GAGAL lebih senang mencari ALASAN dan MENYALAHKAN orang lain.

Pengusaha SUKSES tentu tidak begitu, ia berani mengambil tanggungjawab dalam kondisi apa pun. Tidak menyalahkan pihak lain dan yakin bahwa perubahan ada ditangan diri sendiri. Sukses dan Gagal adalah akibat dari segala keputusan pribadi.

**Bukan Mentornya yang salah**, hanya saya yang kurang giat belajar

**Bukan Bukunya yang salah**, hanya saya yang belum bisa mempraktekkan semuanya

**Bukan Trainernya yang salah**, hanya saya belum mampu mengaplikasikan semua ilmunya

**Bukan Karyawan yang salah**, hanya saya belum mampu membuat aturan yang baik untuk mereka

**Bukan salah Penipu hingga dia bisa menipu saya**, itu salah saya karena gampang percaya dan tidak hati-hati

Pengusaha Gagal LARI dari Tanggung jawab, Pengusaha Sukses BERANI Bertanggungjawab. Bagaimana dengan Anda?

**MAU SUKSES KOK MASIH BANYAK ALASAN? -\_-"**

## Profil Penulis



Lahir di Blackberry Curve 9230. Suka dengan dunia maya dibanding dunia nyata. Senang membantu dalam dunia social media. Saat ini sibuk terima orderan promote pin bb, tambah follower twitter dan like fanpage facebook. Sekarang babeh tinggal di..... (Maaf Rahasia)

Bagi temen-temen yang mau konsultasi, curhat, atau hanya mau kenalan doank bisa add pin bb babeh 2A3012E0 (! Babeh | @MaximaAdv). Babeh senang juga berbagi edukasi bisnis buat teman bb babeh. Gabung juga di Grup Facebook Babeh "Sharing Bisnis Bareng Babeh" untuk sharing Bisnis di "[Bit.ly/sharingbisnisbarengbabeh](https://bit.ly/sharingbisnisbarengbabeh)" ^\_^

***"Kalau SUKES Jangan LEBAY, kalau GAGAL Jangan ALAY. Woles aja, bro..." ~Babeh~***