



HOW TO MAXIMIZE YOUR CASHFLOW

by: @dewaekaprayoga

Selamat! Anda mendapatkan **Billionaire Coach Ebook** ini secara GRATIS. Semoga apa yang ada dalam ebook ini dapat membantu Anda dalam meningkatkan *sales* dan memaksimalkan *cashflow* bisnis Anda.

Materi "*How to Maximize Your Cashflow*" ini diambil dari buku ke-2 saya yang berjudul "**CARA BENAR JADI PENGUSAHA MUDA-Hanya 4 Langkah, Anda Bisa Jadi Pengusaha LUAR BIASA**" yang InsyaAllah akan segera launching bulan Mei 2013. Mohon doanya....

Beberapa hari terakhir ini, saya mendapatkan kabar baik dari adik-adik mentor bisnis saya, diantaranya:

- Ada yang baru mulai bisnis, setelah melakukan konsultasi, di bulan kedua Alhamdulillah sudah mendapatkan omset lebih dari 150jt
- Ada yang bisnisnya sedang bermasalah dan harus menanggung hutang bisnis sebesar 18jt, setelah dicoach beberapa hari, Alhamdulillah permasalahannya selesai dan hutangnya lunas
- Ada yang bisnisnya sudah besar, tapi masih kacau dalam masalah pengelolaan keuangan, setelah dilakukan *business diagnose* dan diberikan solusinya, Alhamdulillah akhirnya keuangan bisnisnya kembali membaik

Berawal dari kabar baik ini, akhirnya saya berpikir untuk membagikan rahasia CARA MENGATASI PERMASALAHAN BISNIS tersebut dalam bentuk ebook sederhana ini.

Setelah saya amati, ternyata permasalahan yang terjadi pada mereka sebenarnya sederhana. Namun ketidakpahaman mereka tentang hal sederhana ini bisa berdampak buruk pada bisnis

Follow terus @dewaekaprayoga dan @billionaire_CID. Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**



yang dijalankannya. Hal yang saya maksud adalah ketidakpahaman terhadap **CASHFLOW**. Dampak negatif yang terjadi jika kita tidak memahaminya bisa bermacam-macam, diantaranya:

- Menurunnya penjualan (*sales*)
- Utang yang membengkak
- Stok barang menumpuk
- Piutang tak tertagih dalam jumlah yang banyak
- Ada profit, tapi tidak ada cash
- Biaya (*expense*) yang membengkak
- Cash gap terlalu panjang, dll

Apakah dampak-dampak negatif ini terjadi juga dalam bisnis Anda? Saya harap tidak demikian. Walaupun iya, tenang saja, saya akan membantu Anda menyelesaikan masalah bisnis tersebut.

KHUSUS dalam ebook jilid I ini, saya akan bagikan rahasia BAGAIMANA MENINGKATKAN PENJUALAN yang akan berpengaruh terhadap peningkatan cashflow.

Cashflow adalah darah dalam bisnis Anda. Jika Anda kehabisan *cash*, artinya Anda kehabisan darah dalam bisnis Anda. Tapi tidak semua pengusaha paham akan hal ini. Berikut saya akan jelaskan tahap demi tahap.

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

- Sales / omset
- COGS
- Gross Profit
- Expense
- Net Profit
- Cash

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 jual keripik pedas, harga jual per pcs nya adalah Rp 10.000. Harga produksi (HPP/COGS) nya adalah Rp 7.000. Setiap bulan Anda berhasil menjual rata-rata sekitar 100.000 pcs, atau dengan omset Rp 100.000.000. karena COGS nya Rp 7.000/pcs, maka $Rp\ 7.000 \times 100.000\ pcs = Rp\ 70.000.000$. Misal *expense* bisnis Anda seperti gaji pegawai, biaya listrik, biaya marketing, telepon, sewa tempat, dll itu adalah Rp. 30.000.000.



Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**

Pertanyaannya, berapa net profit yang Anda terima? Tentu jawabannya jelas NOL. Ini masalah....

RUMUSNYA

$$\begin{array}{r} \text{SALES} \\ - \\ \text{COGS} \\ = \\ \text{GROSS PROFIT} \\ - \\ \text{EXPENSE} \\ = \\ \text{NET PROFIT} \end{array}$$

Contoh lain, Anda pengusaha konveksi. Net profit yang didapatkan setiap bulan adalah Rp 25.000.000. Tapi pada faktanya, ketika Anda ingin mengambil profit tersebut, uang tersebut tidak ada. Pertanyaannya, kemana uang tersebut? Ternyata, uang tersebut menumpuk di piutang dan dalam bentuk barang. 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”

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?



Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**

Kalau jawabannya CASH, maka mindset Anda sudah benar. Kalau jawabannya 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:

- Getting Customer
- Keeping Customer
- Growing Customer

GETTING CUSTOMER

Bagaimana kita MENDAPATKAN CUSTOMER?

Tujuannya adalah agar banyak orang yang tahu produk kita dan BELI.

Tujuan lain dari *Getting Customer* ini adalah mengubah suspek jadi prospek, 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, saya akan mengubah kata “buyer” menjadi “*first customer*”.

Ada banyak cara bagaimana kita bisa mendapatkan *first customer*. Diantara banyak cara tersebut, saya akan bagikan 9 cara yang bisa langsung Anda praktekan dalam bisnis Anda, diantaranya:



Follow terus @dewaekaprayoga dan @billionaire_CID. Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**

1. ADVERTISING

Bagi Anda yang kelebihan uang, Anda bisa gunakan strategi ini untuk mendapatkan *first customer*. Kenapa saya katakan kelebihan uang? Karena biasanya untuk beriklan kita harus mengeluarkan uang yang cukup banyak. Sedangkan sebagai pengusaha, kita ingin agar biaya marketing 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 500.000. Melalui iklan yang Anda gunakan, setelah diukur ternyata hanya menghasilkan 2 *first customer*. Artinya, biaya akuisisi Anda adalah Rp 250.000. Pahami? 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. Anda bisa beriklan di:

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

Yang harus Anda perhatikan dalam beriklan adalah :

1. Copy Writing

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

2. 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?



Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**

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 saya, 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? Saya tidak akan membahasnya disini. 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 saya:

- 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). Pekerjakan orang yang memiliki suara bersahabat dan tenang di telepon. Jika mungkin, buatlah skrip yang bisa menarik orang.

6. MENULIS BUKU

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.

Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**



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, termasuk saya. 😊

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, saya 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

WOM (*word of mouth*) 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”
- Kuetiaw POLO dengan tagline “Tidak pernah buka cabang sejak tahun 1991”.

Disamping tempat kuetiaw POLO tersebut ada namanya kuetiaw APOLO dengan tagline “Ini adalah cabang dari took sebelah”.

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

Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**



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 perbaikan 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 testimoniya. 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.

Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**



1. MEMBERSHIP

Buatlah kartu anggota. Melalui kartu anggota kita dapat 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 sayang 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”

Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**



“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 teman-temannya 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 lihat-

Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**



lihat, 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 “Cone nya mas?” “Kentangnya mas?”. Ini yang disebut dengan cross-selling.

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!

Ini adalah sebagian kecil dari tools bisnis dalam meningkatkan penjualan yang bisa Anda praktekkan langsung dalam bisnis Anda. Masih ada lebih dari 120 strategi lagi yang bisa Anda praktekkan, misalnya:

1. Tingkatkan *range* produk

Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**



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. Masukkan 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



Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**

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
56. Dan masih banyak lagi strategi-strategi praktis untuk meningkatkan sales bisnis Anda

Semoga ebook ini bermanfaat bagi Anda. Bagi Anda yang sudah membaca dan merasakan manfaat dari ebook ini, silahkan berikan testimoni melalui twitter dengan mention @dewaekaprayoga. Isi testimoniya bebas. Saya akan RT secara otomatis. 😊

Materi ini boleh dicopy dan dibagikan tanpa seizin kami. Sebarkan kepada minimal 3 orang terdekat Anda, agar kebaikan dan kebermanfaat semakin tersebar luas



Follow terus @dewaekaprayoga dan @billionaire_CID. Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**

*InsyaAllah akan segera diadakan roadshow training 7
MODUS KESALAHAN PENGUSAHA bersama Dewa Eka
Prayoga. Bagi Anda yang berminat menjadi EO training di
kota Anda, silahkan hubungi 085793005159 (Haura).*



Follow terus [@dewaekaprayoga](#) dan [@billionaire_CID](#). Anda akan mendapatkan tips-tips bisnis dan informasi mengenai program-program yang diadakan oleh **Billionaire Coach**