LAMONTE

COMPLETE GUIDE
Sales Regional

Dokumen ini merupakan panduan komprehensif bagi Sales Regional Lamonte dalam menjalankan tugas penjualan produk pakaian anak. Panduan ini mencakup:

- Pemahaman pasar baju anak
- Competitor Landscape
- Deskripsi Sales Regional.
- Syarat dan ketentuan.
- Identifikasi target pasar.
- Ketentuan Penjualan
- Tahap pengiriman produk
- Ketentuan Komisi
- Kesimpulan

Dengan mengikuti panduan ini, Sales Regional akan mampu mengoptimalkan penjualan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

LAMONTE

about us

GET TO KNOW US BETTER

PT Lamonte Mode Internasional didirikan pada tahun 2011, dan kami telah mencapai banyak hal selama bertahun-tahun. Misi kami adalah menciptakan pakaian anak-anak berkualitas tinggi dengan harga terjangkau dan mengikuti tren mode. Pendiri dan CEO kami, Ayu Azahra, terinspirasi untuk mendirikan perusahaan ini. Di PT Lamonte Mode Internasional, kami berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas tinggi bagi mitra kami.

LAMONTE

about us

GET TO KNOW US BETTER

01 12+ YEARS Experience

Dengan pengalaman lebih dari satu dekade, Lamonte telah mengukuhkan dirinya sebagai nama yang tepercaya dalam industri mode anak-anak, secara konsisten menyajikan produk berkualitas tinggi.

02 15000+ Monthly Output

Sistem produksi kami yang handal menjamin pasokan stabil lebih dari 15.000 unit per bulan, memenuhi permintaan mitra global kami yang terus berkembang.

03 15+ Factory

Berkolaborasi dengan lebih dari 15 pabrik, kami mengedepankan standar global tertinggi dalam manufaktur, menjamin kualitas superior di setiap produk.

04 150+ Staff

Tenaga kerja kami yang berdedikasi terdiri dari lebih dari 150 profesional yang mendorong efisiensi, inovasi, dan keunggulan di seluruh aspek produksi dan operasi bisnis.

05 10+ Designer

Sebuah tim yang terdiri dari lebih dari 10 desainer kreatif terus mengembangkan koleksi busana anak-anak yang modis dan terdepan di pasar untuk tetap menjadi pelopor dalam tren industri.

LAMONTE

What We Believe

ABOUT OUR VISION AND MISSION

VISI

Kami berdedikasi untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan. Melalui inovasi dan kepemimpinan yang berkelanjutan, kami bertujuan untuk menghadirkan produk dan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan global, senantiasa mengikuti tren mode, pergeseran pasar, dan teknologi terkini, sekaligus meningkatkan kualitas hidup mitra bisnis, pelanggan, dan karyawan kami.

MISI

1. Menghasilkan produk berkualitas dengan harga terjangkau.
2. Meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan karyawan, menciptakan lingkungan kerja yang membanggakan.
3. Berkolaborasi dengan pelanggan untuk mendorong kreativitas dan inovasi.
4. Memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan.
5. Menyediakan layanan operasional yang unggul di semua wilayah.
6. Berkomitmen pada pengembangan sosial dan ekonomi.
7. Tumbuh secara menguntungkan dengan memahami kebutuhan pelanggan dan mendorong inovasi produk.
8. Menjadi merek pakaian anak-anak global terkemuka, mempromosikan kemandirian, kreativitas, dan inovasi

LAMONTE

Pemahaman Market

Pemahaman tentang ukuran dan dinamika pasar pakaian anak baik secara global maupun di Indonesia sangat penting untuk mengembangkan strategi penjualan yang efektif. Data pasar ini memberikan gambaran tentang potensi bisnis dan peluang pertumbuhan.

Pasar Global

Data dari Fitinline menunjukkan bahwa pasar pakaian anak secara global diperkirakan mencapai nilai lebih dari US$260 miliar pada tahun 2024. Jika dikonversi ke Rupiah (asumsi nilai tukar US$1 = Rp16.000), maka nilai pasarnya sekitar Rp4.160 triliun. Angka ini diproyeksikan akan terus tumbuh dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata (CAGR) sekitar 6-8% hingga tahun 2030.

Sumber: Artikel "Potensi Pasar Baju Anak di Tengah Tantangan Ekonomi Global" dari Fitinline (Mei 2025).

Pasar Indonesia

Kementerian Perindustrian (Kemenperin) memproyeksikan bahwa nilai pasar industri fesyen lokal secara keseluruhan akan mencapai lebih dari Rp125 triliun pada tahun 2024. Pakaian anak memiliki kontribusi yang sangat signifikan terhadap angka ini, terutama didorong oleh pertumbuhan penjualan online.

Sumber: Kemenperin, dikutip oleh Fortuneidn.com (Juni 2024).

Demografi | Pendapatan | Urbanisasi | Preferensi | Tren Digital

LAMONTE

Landscape Kompetitor

Memahami kompetitor penting untuk strategi penjualan efektif Lamonte. Persaingan datang dari berbagai jenis kompetitor di berbagai saluran.

Kompetitor Langsung
Pusat Grosir & Supplier yang menjual pakaian anak secara grosir kepada reseller, distributor, atau pedagang ritel, seperti pusat grosir Tanah Abang Jakarta, Pasar Turi Surabaya, dan Pemasok/Importir langsung..

Kompetitor Tidak Langsung
Brand & Retail lokal dan global yang menjual langsung ke konsumen akhir via toko fisik atau online seperti Little Palmerhaus, Libby Baby, H&M, Zara Kids)

Kompetitor di Ranah Digital
Marketplace & Social Media sebagai medan persaingan e-commerce dengan ribuan penjual online (Shopee, Lazada, Tokopedia, Tiktok)

Pemahaman ini membantu Sales Regional mengidentifikasi keunggulan Lamonte dan menyusun strategi diferensiasi, serta argumen penjualan yang kuat.

LAMONTE

Deskripsi
Sales Regional

Peran Sales Regional dalam model bisnis ini
adalah sebagai mitra penjualan strategis yang bertugas untuk:

1. **Representasi Brand**: Sales Regional bertindak sebagai "wajah" PT Lamonte di wilayahnya. Bertanggung jawab untuk menjaga dan meningkatkan citra merek Lamonte melalui interaksi yang profesional dengan calon pembeli, distributor, atau toko-toko di area tersebut. Mencakup etika kerja yang baik, pengetahuan produk yang mendalam, dan pelayanan yang memuaskan.
2. **Fokus pada Penjualan Berbasis Komisi**: Kompensasi utama yang diterima oleh Sales Regional adalah komisi berdasarkan jumlah atau nilai penjualan yang berhasil dicapai. Tidak terbatas pada nominal tertentu seiring dengan pendapatan penjualan yang diraihnya.
3. **Fleksibilitas dan Kemandirian**: Berstatus independen, Sales Regional memiliki fleksibilitas dalam mengatur jadwal kerja dan strategi penjualan sendiri. Sales Regional adalah pengusaha yang menjalankan bisnis penjualan di wilayah mereka, dengan dukungan produk dan citra dari PT Lamonte Mode Internasional.
4. **Menjalin Relasi Bisnis**: Tugas utama Sales Regional adalah menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan, toko retail, atau pihak lain yang relevan di area mereka.
5. **Syarat & Ketentuan:** Sebagai pemilik brand, Lamonte berhak mengangkat dan memutuskan keanggotaan Sales Regional secara sepihak tanpa harus mendapatkan persetujuan siapapun, apabila Sales Regional dianggap melakukan hal yang merugikan brand Lamonte. Sales Regional wajib mengikuti hal-hal yang diisyaratkan menjadi ketentuan, dibuat agar keberlangsungan berjalan dengan baik.

LAMONTE

Syarat dan Ketentuan Sales Regional

Bergabung dengan tim Sales Regional Lamonte memerlukan pemahaman dan kepatuhan terhadap syarat dan ketentuan berikut untuk kerja sama profesional. Kepatuhan terhadap syarat dan ketentuan ini memastikan hubungan kerja sama yang harmonis dan menguntungkan.

Persyaratan Umum

- WNI, min. 18 tahun
- Memiliki HP & WhatsApp aktif
- Rekening bank/e-wallet
- Patuh pada aturan harga & sistem Lamonte
- Bersedia aktif memasarkan produk (online/offline)

Syarat Pendaftaran

- Mengisi formulir https://bit.ly/lamonte-salesform
- Menyetujui perjanjian kerja sama https://bit.ly/PersetujuanSalesLamonte
- Tidak dikenakan biaya pendaftaran (Gratis)

Ketentuan Sales Regional

- Aktif memasarkan produk Lamonte
- Menggunakan katalog & foto produk resmi
- Melayani customer dengan ramah & profesional
- Mengikuti pelatihan dan arahan tim Lamonte
- Menjual sesuai harga minimum
- Dilarang menjual produk di bawah harga minimum
- Dilarang menggunakan foto/katalog Lamonte untuk produk kompetitor
- Dilarang mengubah desain/label produk tanpa izin
- Dilarang menyebarkan informasi internal ke pihak luar
- Tidak aktif berjualan lebih dari 3 bulan

Penghentian Kerja Sama

Lamonte berhak memutus kerja sama jika:

- Melanggar ketentuan
- Tidak aktif menjual lebih dari 3 bulan berturut-turut
- Melakukan penipuan atau merugikan nama baik Lamonte

LAMONTE

Identifikasi Target Pasar

Memahami target pasar atau audiens merupakan langkah awal yang krusial dalam strategi penjualan. Lamonte memiliki beberapa segmen target audiens yang perlu dipahami dengan baik oleh setiap Sales Regional.

Ibu Rumah Tangga
Pencari penghasilan tambahan dengan menjual produk anak secara independen. Memiliki jaringan sosial yang luas dan waktu fleksibel untuk mengelola bisnis kecil.

Pedagang Kecil
Sudah memiliki usaha retail kecil dan ingin menambah variasi produk. Mencari supplier dengan harga kompetitif dan kualitas terjamin.

Karyawan Kantoran
Mencari penghasilan tambahan di luar pekerjaan utama. Biasanya memanfaatkan jaringan di tempat kerja dan media sosial untuk berjualan.

End User
Membeli produk untuk kebutuhan pribadi anak-anaknya. Berpotensi menjadi reseller jika puas dengan kualitas produk.

Mahasiswa/Fresh graduate
Mencari peluang bisnis dengan modal kecil. Aktif di media sosial dan memiliki jaringan pertemanan yang luas.

Pedagang Besar
Pedagang besar atau distributor yang memiliki pengalaman, jaringan, dan kapasitas finansial di area

Dalam mengidentifikasi target pasar dan audiens, Sales Regional perlu memperhatikan karakteristik demografis, kebutuhan, dan motivasi calon pelanggan. Pemahaman mendalam tentang target pasar dan audiens akan membantu dalam menyusun strategi pendekatan dan konten pemasaran yang efektif.

LAMONTE

Ketentuan Penjualan

Untuk memastikan konsistensi dan profesionalisme dalam penjualan produk Lamonte, terdapat beberapa ketentuan penjualan yang harus dipatuhi oleh seluruh Sales Regional. Ketentuan ini mencakup kebijakan harga, metode penjualan, dan prosedur operasional.

Kebijakan Harga

Sales Regional memakai harga dari Lamonte. Partner wajib menjual sesuai harga jual minimum yang ditetapkan Lamonte, tidak boleh mark up dan banting harga Kebijakan ini penting untuk menjaga stabilitas harga dan mencegah persaingan tidak sehat antar Sales Regional.

Metode Penjualan

Sales Regional memiliki kebebasan untuk memilih metode penjualan yang paling sesuai dengan kemampuan dan target pasarnya. Sales Regional juga boleh membuat promo sendiri, selama tidak melanggar harga dasar Lamonte.

Sistem Order & Pembayaran

Sales Regional memandu, menjelaskan cara memilih produk, cara melakukan pembayaran dengan refferal code miliknya, hingga memastikan kepada tim internal Lamonte transaksi milik customernya sudah tercatat dan terverifikasi.

Sistem Pengiriman

Sales Regional akan menerima notifikasi pengiriman dari tim internal Lamonte, termasuk nomor resi, Setelah produk diterima oleh pelanggan, Sales Regional menghubungi pelanggan untuk memastikan produk sampai dengan baik dan sesuai pesanan

Dukungan yang diberikan

Foto & deskripsi produk siap pakai
Update katalog produk terbaru
Panduan promosi & tips penjualan
Grup whatsapp khusus untuk informasi dan pelatihan berkelanjutan

Produk yang dapat dijual

Sales Regional berhak menjual produk dengan kategori produk eceran, paket usaha, custom produk (seragam, makloon,dll), dan sourcing produk yang mungkin dapat diakomodir oleh PT Lamonte Mode Internasional.

Kepatuhan terhadap ketentuan penjualan ini akan memastikan konsistensi brand Lamonte di pasar dan menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Sales Regional yang berhasil mengikuti ketentuan ini akan mendapatkan dukungan penuh dari Lamonte untuk mengembangkan bisnis mereka.

LAMONTE

Tahap Pengiriman Produk

Setelah pesanan dan pembayaran diverifikasi, produk akan dikirim. Meskipun pengiriman dilakukan oleh tim Lamonte, Sales Regional tetap berperan penting memantau kelancaran proses ini.

Konfirmasi Pengiriman

Tim Lamonte akan mengirim pesanan. Sales Regional menerima notifikasi dan nomor resi.

Monitoring Pengiriman

Sales Regional memantau status pengiriman via resi. Kendala dikoordinasikan dengan tim logistik Lamonte.

Konfirmasi Penerimaan Barang

Setelah produk diterima, Sales Regional menghubungi pelanggan untuk konfirmasi dan dapat mengambil testimoni.

Penanganan Masalah Pengiriman

Masalah pengiriman mungkin muncul dan perlu ditangani cepat:

Masalah Umum

- Keterlambatan pengiriman
- Barang rusak saat pengiriman
- Kesalahan alamat pengiriman
- Pesanan tidak sesuai
- Paket hilang

Solusi

- Koordinasi pelacakan dengan tim logistik
- Fasilitasi penukaran atau pengembalian
- Pemberian kompensasi sesuai kebijakan
- Komunikasi proaktif dengan pelanggan
- Dokumentasi masalah untuk perbaikan sistem

Penanganan tahap pengiriman yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat reputasi Sales dan Brand.

LAMONTE

Ketentuan Komisi

Setelah produk diterima oleh pelanggan, Sales Regional akan mengurus klaim komisi dan membina hubungan baik dengan pelanggan.

Pengajuan & Pembayaran Komisi

Sales Regional mengajukan klaim komisi setelah produk diterima pelanggan. Tim keuangan Lamonte akan memverifikasi dan membayarkan komisi sesuai jadwal.

Komisi Produk Eceran & Grosir

Komisi diberikan per produk, bervariasi tergantung pada kuantitas dan harga grosir. Contohnya, untuk produk eceran komisi adalah Rp4.000 per produk, sementara untuk grosir 12 pcs, komisi adalah Rp1.500 per produk.

Komisi Paket Usaha

Untuk penjualan paket usaha, Sales Regional mendapatkan komisi sebesar 2% dari nilai paket. Misalnya, untuk Paket Buka Toko seharga Rp12.500.000, komisi yang didapatkan adalah Rp250.000.

Komisi Progresif untuk Order Custom & Sourcing

Omzet Order Custom	Persentase Komisi	Contoh Komisi
Rp 0 – Rp 5 juta	8%	Rp 240.000 – Rp 400.000
> Rp 5 juta – Rp 10 juta	8% + bonus Rp100.000	Rp 400.000 – Rp 800.000++
> Rp 10 juta – Rp 25 juta	8% + bonus Rp250.000	Rp 1.050.000 – Rp 2 juta++
> Rp 51 Juta	8% + bonus Rp1.000.000	Rp 5 juta++

LAMONTE

Reward Sesuai Target

Lamonte memberikan reward khusus bagi Sales Regional yang mencapai target penjualan tertentu, sebagai motivasi dan apresiasi kinerja.

20K
Smartphone
Target penjualan 20.000 pcs.

50K
Trip ke Bali
Target 50.000 pcs, termasuk akomodasi dan tiket.

100K
Motor Listrik
Pencapaian 100.000 pcs.

150K
Trip ke Hongkong
Target 150.000 pcs, termasuk akomodasi dan tiket.

200K
Umroh / iPhone 15
Pencapaian 200.000 pcs,

Ketentuan Program Reward
Untuk transparansi dan keadilan, perhatikan ketentuan berikut:

Periode Perhitungan: Target dihitung dalam periode satu tahun kalender (Januari-Desember).

Kualifikasi Produk: Semua produk Lamonte yang terjual melalui referensi Sales Regional.

Verifikasi Penjualan: Penjualan harus terverifikasi sistem Lamonte, sudah terkirim dan diterima.

Non-Transferable: Reward bersifat personal dan tidak dapat dialihkan.

Pajak dan Biaya Tambahan: Pajak hadiah menjadi tanggung jawab penerima.

Program reward ini bentuk apresiasi Lamonte terhadap dedikasi Sales Regional, diharapkan memotivasi untuk mencapai dan melampaui target penjualan.

LAMONTE

Ringkasan

Ringkasan Utama

- Akses produk dapat dilihat melalui www.lamonte.id
- Layanan support sales regional **+62 811-819-921**

Langkah Selanjutnya

1. Pelajari panduan dan peran Sales Regional.
2. Isi formulir atau hubungi tim rekrutmen.
3. Siapkan KTP dan rekening bank.
4. Ikuti seleksi dan wawancara.
5. Setujui form persetujuan.
6. Mulai identifikasi prospek dan terapkan strategi.

Bergabunglah sebagai Sales Regional Lamonte untuk meningkatkan pendapatan, mengembangkan keterampilan bisnis, membangun jaringan, dan berkontribusi pada industri fashion anak di Indonesia. Kami berkomitmen menciptakan ekosistem bisnis yang menguntungkan semua pihak.