

# Fun Tuesday With NataProperty

Tips & Trik Jualan Property: Membangun Hubungan dengan Customer



By Beny Saputro

[beny@nataproperty.com](mailto:beny@nataproperty.com)

25 Oktober 2016 @nataproperty office



# Tips & Trik Jualan Property: Membangun Hubungan dengan Customer (Relationship Marketing)

- ▶ Relationship Marketing (RM)
- ▶ Dimensi RM
- ▶ Komponen RM
- ▶ Goal of RM
- ▶ Level of Retention Strategies
- ▶ 5 E's in RM
- ▶ Benefit RM
- ▶ Personal Branding
- ▶ Summary Transactional vs Relationship
- ▶ About Nataproperty





## Relationship Marketing (RM)

“ Adalah sebuah metode marketing yang menekankan pada hubungan jangka panjang antara si penjual dan pembeli, bukan berorientasi pada produk yang dijual “





# Relationship Marketing (RM)

Customer Relationship are Important

“ The winning differentiator is no longer product or price, it’s the level of **engagement** “

“ Creating intimate long-term **relationship** with the customer is the marketer’s key success “

Economist Intelligence Unit, 2007



# Dimensi Relationship Marketing (RM)

## #1 Bonding (hubungan erat)

Ketergantungan hubungan antara kedua belah pihak harus cukup kuat, sehingga hubungan dapat bertahan lama.

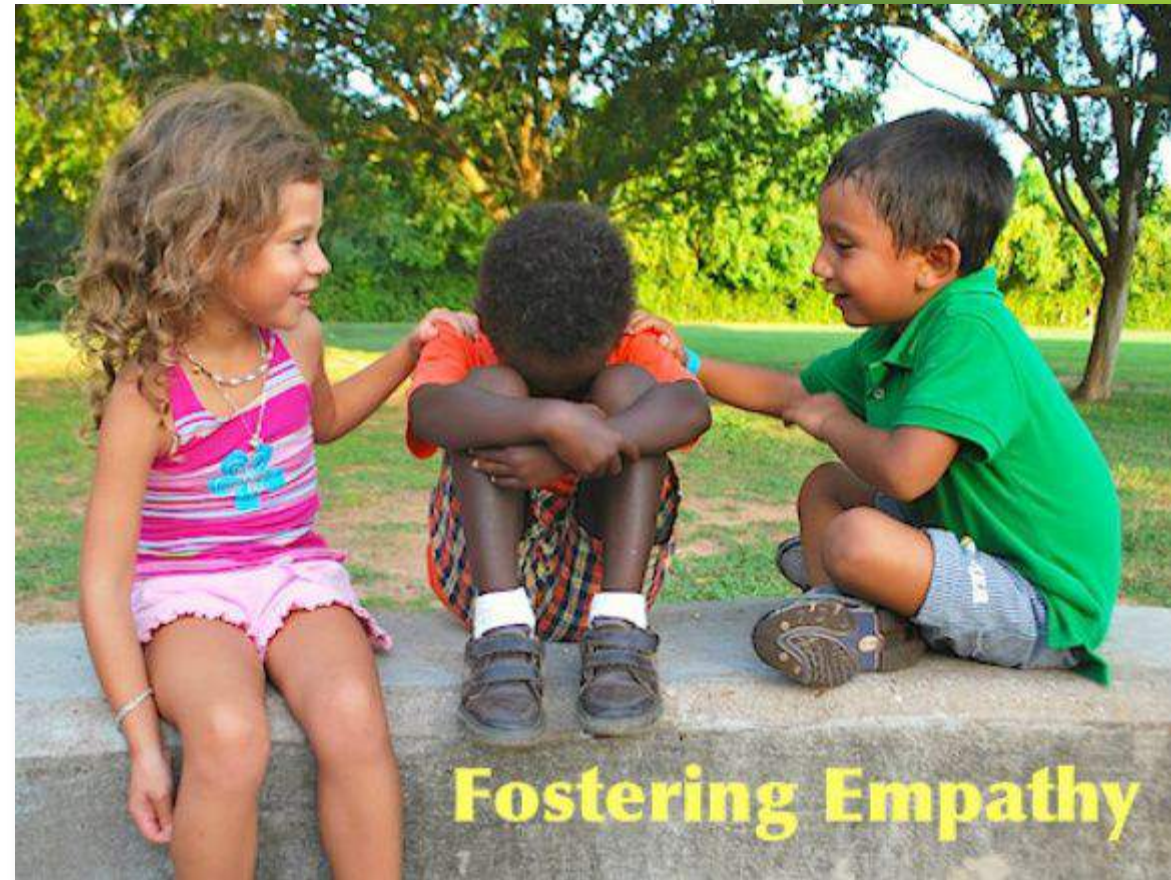




# Dimensi Relationship Marketing (RM)

## #2 Empathy (kepedulian)

Seorang penjual harus memiliki kepedulian kepada pelanggan, artinya seorang penjual hendaknya peduli terhadap permasalahan yang dihadapi pelanggan dan memperhatikan sudut pandang pelanggan dalam mengatasi suatu masalah



**Fostering Empathy**



# Dimensi Relationship Marketing (RM)

## #3 Reciprocity (timbang balik)

Hubungan jangka panjang haruslah saling memberi dan menerima. Artinya, baik penjual maupun pelanggan sama-sama mendapat keuntungan.

THERE ARE TWO KINDS OF PEOPLE  
IN THIS WORLD:

GIVERS & TAKERS.

THE TAKERS MAY EAT BETTER,  
BUT THE GIVERS SLEEP BETTER.



# Dimensi Relationship Marketing (RM)

## #4 Trust (kepercayaan)

Masing-masing pihak bila memiliki komitmen yang kuat, maka akan menciptakan rasa sangat percaya (trust) dan memperkuat hubungan.







# Komponen Relationship Marketing (RM)

## #1 Core Service Performance

Ini adalah kemampuan basic dari seorang marketer, kuasai product knowledge dengan baik



# Komponen Relationship Marketing (RM)

## #2 Recognition (penghargaan)

Berikan pujian/penghargaan kepada customer dengan hati yang tulus dan bersarkan fakta, sekecil apapun kontribusi yang mereka berikan





## Komponen Relationship Marketing (RM)

### #3 Enhancement of member interdependence

Saling ketergantungan antara seller dan customer, customer yang puas akan pelayanan kita akan dengan senang hati mempromosikan kita





# Komponen Relationship Marketing (RM)

## #4 Dissemination of personal/organization knowledge

Berusahalah untuk terbuka, jujur dengan customer kita, apapun kondisi kita, apapun kondisi produk kita

Sosialisasikan nilai, prinsip dan tujuan anda / perusahaan kepada mereka





## Komponen Relationship Marketing (RM)

### #5 Reliance on external membership requirements

Percaya dengan customer kita, betapa bahagianya kita apabila anak kita percaya kepada kita, demikian juga yang customer rasakan apabila kita percaya dengan mereka





## Goals of Relationship Marketing (RM)

“ Tujuan utama dari RM adalah untuk membangun dan merawat customer-customer lama yang sudah mempunyai hubungan dengan kita “



# Goals of Relationship Marketing (RM)

## #1 Enhancing (meningkatkan)

Kita harus berusaha meningkatkan hubungan yang sudah terjalin dengan customer lebih baik lagi





# Goals of Relationship Marketing (RM)

## #2 Retaining (mempertahankan)

Mempertahankan / merawat terkadang lebih susah daripada mendapatkan, namun loyal customer akan sangat membantu kita





# Goals of Relationship Marketing (RM)

## #3 Satisfying (memuaskan)

RM bukan hanya berbicara tentang menjual produk, namun bagaimana customer kita “PUAS” dengan produk tersebut





# Goals of Relationship Marketing (RM)

## #4 Getting (mendapatkan)

Mendapatkan loyal customer  
(new relationship)



# Goals of Relationship Marketing (RM)



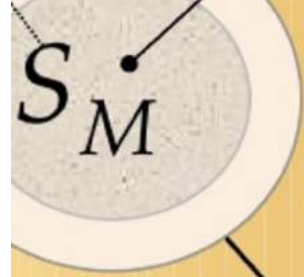


# Goals of Relationship Marketing (RM)

## Apa itu Loyal Customer ?

- ▶ Berkomitment & percaya kepada Anda
  - ▶ Walaupun banyak sales lain, tetap mencari Anda
  - ▶ Tidak lagi menawar
  - ▶ Akan membeli beberapa produk dari Anda, bukan masalah produk apa, tetapi siapa yang menjual
- ▶ Hubungan baik
  - ▶ Selalu memberikan nilai positif kepada Anda dan tidak segan merekomendasikan Anda kepada rekan2nya
  - ▶ Berani memberikan usul / saran / kritik yang membangun
  - ▶ Menjadi teman
- ▶ Next Phase
  - ▶ Menjadi relasi bisnis ?
  - ▶ Menjadi keluarga ?





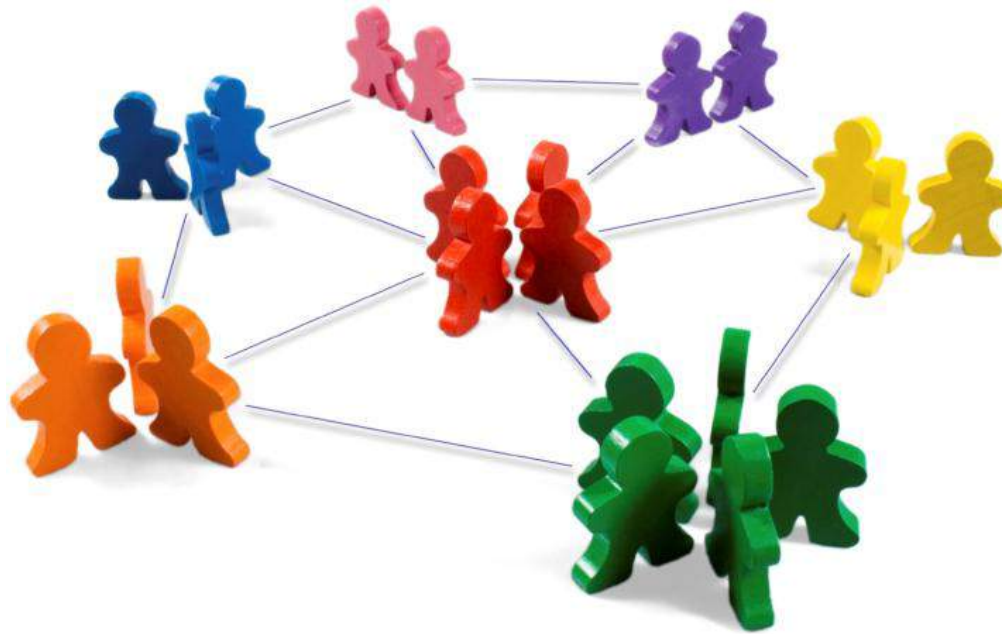
# Levels of Retention Strategies

- ▶ Financial
- ▶ Social
- ▶ Customization
- ▶ Structural



## Hal-hal yang Dapat Membentuk Relationship

- ▶ Satisfying Customers
- ▶ Adding Value
- ▶ Priviledges
- ▶ Customer Orientation
- ▶ Two-ways communications
- ▶ Quality Product
- ▶ Loyalty Schemes



## 5 E's in Relationship Marketing (RM)

- ▶ Effective
- ▶ Efficient
- ▶ Enjoyable
- ▶ Enthusiastic
- ▶ Ethical (Etis)



# Benefit RM Bagi Customer

- ▶ Confidence Benefit
  - ▶ Lebih percaya diri
  - ▶ Tidak ragu-rabu membeli
  - ▶ Mudah dalam memutuskan
- ▶ Social Benetif
  - ▶ Nyaman
  - ▶ Mendapatkan teman baru (bukan sales person)
- ▶ Special Treatment Benefit
  - ▶ Lebih private







# Benefit RM Bagi Seller

- ▶ Mengurangi biaya marketing dan administrasi
- ▶ Meningkatkan pendapatan dari waktu ke waktu
- ▶ Meningkatkan pembelian dari waktu ke waktu
- ▶ Biaya yang rendah
- ▶ Tidak perlu beriklan
- ▶ Customer akan mencari anda apapun produknya
- ▶ Dapat banyak teman



# Personal Branding vs Product Branding

“ Buat customer anda mengingat Anda, bukan produk Anda!, sehingga apapun yang Anda jual, mereka akan beli atau paling tidak mereka pertimbangkan “

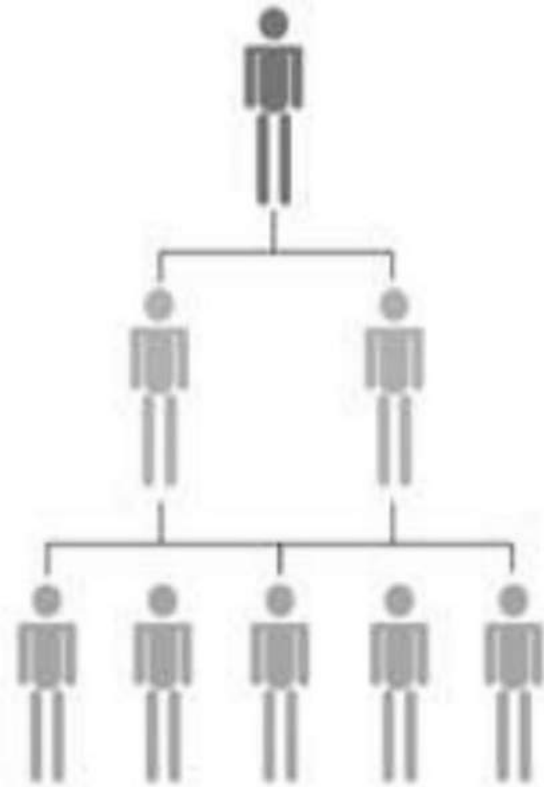


# Transactional vs Relationship

Transactional Marketing	Relationship Marketing
Hubungan jangka pendek	Hubungan jangka panjang
Berorientasi ke produk	Berorientasi ke customer
Produk murah	Produk mahal
Kebutuhan primer	Kebutuhan sekunder, tersier
Focus pada customer baru	Focus pada customer lama
Target pada jumlah transaksi	Target pada loyal customer
Focus pada 1 produk	Apapun produknya ok
Persuasive communication	Regular communication
Quantity	Quality

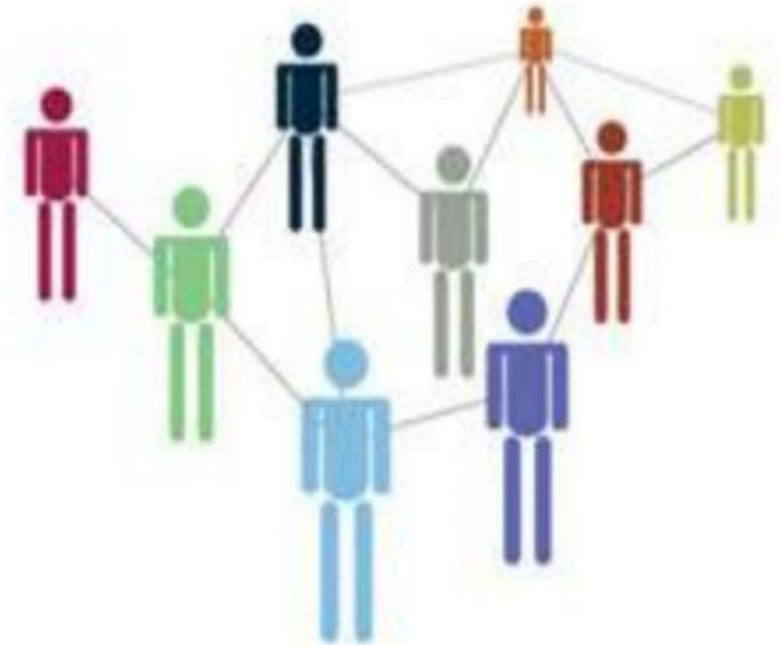


## TRADITIONAL MARKETING



**IN**DIFFERENTIATION  
**NON** PERSONALIZED

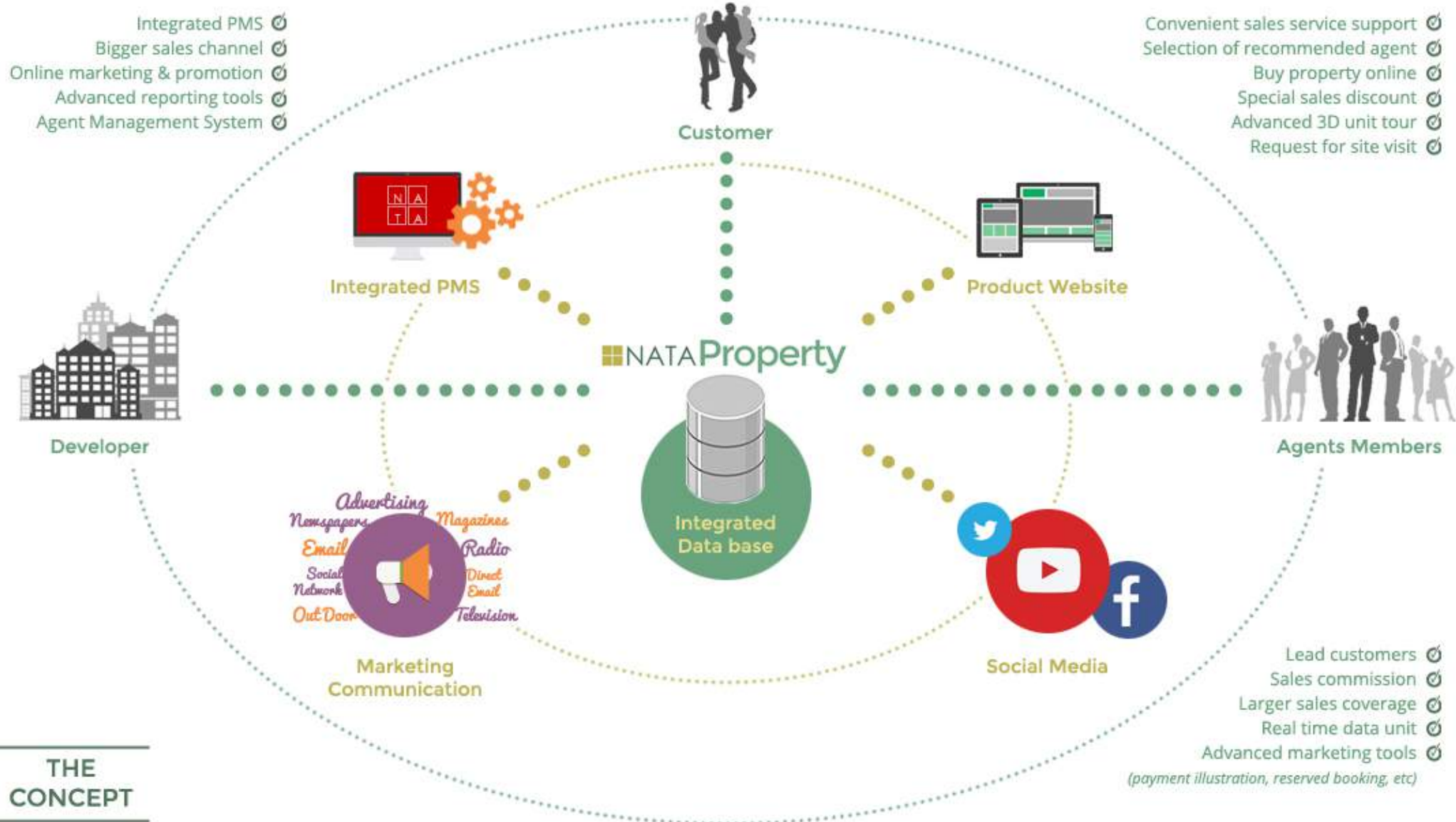
## RELATIONAL MARKETING



**PERSONALIZATION &**  
**DIFFERENTIATION**



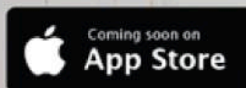
# NataProperty, The Concept





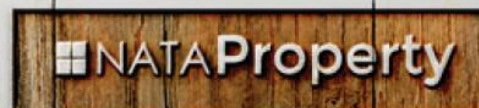
# NataProperty App, empowering you

- Beli NUP & Booking Online
- Buat Ilustrasi Pembayaran Cicilan & KPR
- Cek available unit online
- Sharing Produk Knowledge, brosur, gambar, dll via Line/WA/email dengan mudah
- BONUS Closing Fee jutaan rupiah



## MAU JADI AGEN PROPERTI?

Yuk download dan dapatkan berbagai bonus dan kemudahan berjualan rumah/apartemen dari developer-developer terkemuka di Indonesia!





# Property Agent Type + nataProperty

	Traditional Broker	Certified Broker (Agency)
Komisi	● ● ● ● ● ●	● ● ●
Tidak Terikat Peraturan Perusahaan	● ● ● ● ●	●
Jaringan	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Variasi Produk	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Kemudahan Pemasaran (Brand)	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Biaya Pemasaran	● ● ● ●	● ● ● ● ●
Akses Informasi Dari Developer	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●



# Benefit Member Nataproperty

- ▶ Mendapatkan platform / app untuk berjualan property gratis!
- ▶ Akses ke developer2 terkemuka
- ▶ Free Smart Selling Tools
- ▶ Free Office & support untuk ketemu customer / prospek
- ▶ Free Belajar produk knowledge
- ▶ Free mentor untuk berjualan property
- ▶ Komisi yang transparan dan lebih besar
- ▶ Mendapatkan kesempatan yang luas untuk memperoleh unlimited income

Join Us!

**THE NEXT BIG THING**





Thankyou

