

ABSTRACT

THE ROLE OF TELEMARKETING IN MARKETING ACTIVITIES AT PT TRANSTAMA LOGISTIC INDONESIA IN INCREASING THE NUMBER OF CUSTOMERS

By:
Dito Hidayaturrahman
130418017

Companies engaged in the logistics sector have many challenges to face when viewed from the broader growth of this industry. To compete in logistic industry, it is necessary to strive for maximizing marketing activities in an objective to attracting more customer demand. Marketing activities plays an important role in increasing the number of consumers for the company. To realize this goal, PT Transtama Logistic Indonesia launches and runs one of the marketing activities, namely Telemarketing, using various communication strategies. Besides, the role of Telemarketing in increasing the number of consumers must be implemented and carried out, as for the role and strategy of Telemarketing carried out at the company PT Transtama Logistic Indonesia is good at choosing prospective customers to get prospects that positively affect revenue when they get shipments. The obstacles for companies in running Telemarketing are they do not understand the company to be contacted. There is often miscommunication between the sales & marketing department and prospective customers because the intonation of the conversation is too small when making calls. The company carries out every strategy. Transtama Logistic Indonesia company's development and the company and to increase the number of customers for the company.

Perusahaan yang bergerak di bidang logistik memiliki banyak tantangan yang harus dihadapi jika dilihat dari pertumbuhan industri ini secara lebih luas. Untuk bersaing dalam industri logistik, perlu diupayakan untuk memaksimalkan kegiatan pemasaran dengan tujuan untuk menarik lebih banyak permintaan pelanggan. Kegiatan pemasaran memegang peranan penting dalam meningkatkan jumlah konsumen bagi perusahaan. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, PT Transtama Logistic Indonesia meluncurkan dan menjalankan salah satu kegiatan pemasaran yaitu Telemarketing, dengan menggunakan berbagai strategi komunikasi. Disamping itu peran Telemarketing dalam meningkatkan jumlah konsumen harus dilaksanakan dan dijalankan, adapun peran dan strategi Telemarketing yang dilakukan pada perusahaan PT Transtama Logistic Indonesia adalah pandai dalam memilih calon konsumen untuk mendapatkan prospek yang positif mempengaruhi pendapatan ketika mereka mendapatkan kiriman. Kendala bagi perusahaan dalam menjalankan Telemarketing adalah mereka tidak memahami perusahaan yang akan dihubungi. Sering terjadi miskomunikasi antara bagian sales & marketing dengan calon pelanggan karena intonasi percakapan yang terlalu kecil saat melakukan panggilan. Perusahaan melakukan setiap strategi. Transtama Logistic Indonesia mengembangkan perusahaan dan perusahaan serta meningkatkan jumlah pelanggan bagi perusahaan.

Keywords: Role, Marketing Activities, Telemarketing, Increasing Number of Consumer