

13th

Anniversary
1993 - 2006

DIREXION

Newsletter



DIREXION
Strategy Consulting

A VISION

is the soul of the business

A GOAL

is its destination

A STRATEGY

is the way how to achieve it

Scope of Service :

Business & Marketing Strategy
Organization & People Management
Training & Education
Corporate Seminars
Branding & Franchising

Head Office :

Bandung

Jl. Muara Barat II No. 7
Lingkar Selatan – Bandung 40243
INDONESIA
Ph/Fax: (022) 5211740
Hp. 085.2202.5555

e-mail:cco@direxionconsulting.com
client@direxionconsulting.com
direxglobal@yahoo.com
http://www.direxioncontulting.com

Representative Office :

Surabaya

Phone : (031) 8496696
Fax: (031) 8419077
Email: direxionsby@yahoo.com

Jakarta

Phone: (021) 5328119-20
Fax: (021) 5322469

DISIPLIN PARA PEMIMPIN PASAR

Apa yang terbayang dalam benak kita bila perusahaan yang kita miliki atau tempat kita bekerja mengalami pertumbuhan yang mandek, marjinnya meyusut, pelanggan berkurang, sementara pesaing-pesaingbaru bermunculan dengan penawaran atau proposisi produk yang lebih baik ? Seringkali dalam perusahaan manajemen bereaksi terlalu cepat. Dalam situasi krisis seperti akhir-akhir ini contohnya. Ketika merek baru bermunculan, banyak produsen juga terpancing membaut merek baru. Ketika merek lam melakukan diskon, mau tak mau mereka ikut melakukan pangkas-harga.

Apakah benar bahwa situasi pasar sudah mulai bergeser ?

- Diskon yang biasanya dilakukan untuk mempertahankan pelanggan atau menarik pelanggan baru sudah mulai bergeser kearah lain.
- Banyak promosi dengan tawaran-tawaran baru yang mengaburkan pasar, namun suatu ketika mereka akan diedukasikan akan manfaat-manfaat baru (benefit segmentation)
- 'pembeli' sudah bergeser menjadi 'pelanggan'. Buyer menjadi customer. Mereka mencari produk yang lebih baik lagi. Bukan sekedar fungsi, namun sudah ke hal-hal lain dalam suatu substansi atribut yang diterima dan dihargai pelanggan.

Kerndalanya dalam perusahaan, seringkali tim mamajemen bukan tim yang sesuai kebutuhan situasi demikian. Seharusnya tim perusahaan harus menjadi suatu cross-functional team. Mereka bekerja berdasarkan sasaran dan nilai-nilai yang sama dalam suatu operating model yang mensinkonkan semua pola piker serta aktivitas dari setiap fungsional. Bukan jalan sendiri-sendiri. Tujuannya adalah untuk mengkondisikan perusahaan terhadap iklim persaingan yang memiliki cirri dasar bahwa : (1) setiap pelanggan adalah berbeda, (2) standar nilai di mata pelanggan akan selalu meningkat dalam frame ekspektasi - sudah terpenuhi mencari yang lebih tinggi.

Oleh karena itu, bila anda ingin menjadi pemain yang unggul dan mampu mendominasi pasar, setidaknya anda dapat mengikuti petunjuk berikut :

13th

Anniversary
1993 - 2006

DIREXION

Newsletter



DIREXION
Strategy Consulting

A VISION
is the soul of the business

A GOAL
is its destination

A STRATEGY
is the way how to achieve it

Scope of Service :

Business & Marketing Strategy
Organization & People Management
Training & Education
Corporate Seminars
Branding & Franchising

Head Office :

Bandung

Jl. Muara Barat II No. 7
Lingkar Selatan – Bandung 40243
INDONESIA
Ph/Fax: (022) 5211740
Hp. 085.2202.5555

e-mail:cco@direxionconsulting.com
client@direxionconsulting.com
direxglobal@yahoo.com
http://www.direxioncontulting.com

Representative Office :

Surabaya

Phone : (031) 8496696
Fax: (031) 8419077
Email: direxionsby@yahoo.com

Jakarta

Phone: (021) 5328119-20
Fax: (021) 5322469

1. Memberikan penawaran yang terbaik dengan cara meraih keunggulan dalam salah satu dimensi nilai.
2. Mempertahankan standar batas dalam dimensi-dimensi nilai lainnya.
3. Berusaha mendominasi pasar dengan peningkatan nilai dari tahun ke tahun.
4. Membangun suatu operating model yang mungkin terwujudnya keunggulan nilai tersebut.

Dan operating model yang dimaksud adalah suatu model dengan mengambil dimensi-dimensi :

- a. Keunggulan Operasional (operational excellence)
- b. Kepemimpinan produk (Product Leadership) dan
- c. Keakraban pelanggan (Customer Intimacy)

Perusahaan-perusahaan yang mengejar keunggulan operasional akan berorientasi kepada penciptaan perpaduan antara kualitas, harga dan proses bisnis yang cepat dan mudah untuk pelanggan mereka. Kalau di Amerika wal Mart adalah salah satu contoh. Demikian pula Citibank di Indonesia BCA juga berusaha menggebrak perbankan yang terpuruk dengan tampilan sebagai bank swasta yang handal, serta memiliki kualitas (aman untuk menyimpan uang) bahkan mulai mendifferensiasikan layanannya. Anda bahkan bisa bayar BBM dengan debit card.

Sementara itu perusahaan yang mengejar untuk unggul dalam produk atau Product Leadership akan berusaha sekuat tenaga dengan serangkaian inovasi, mendorong produk-produknya menjadi pendobrak pasar dan menciptakan barometer baru bagi pelanggan. Intel merupakan salah satu contoh dengan melakukan pengembangan-pengembangan chip yang cepat. Teknologi-teknologi baru dikembangkan dan diperkenalkan kepada pasar. Produsen ponsel pun sekarang saling berlomba menjadi yang terdepan dengan menciptakan feature-feature baru yang functional dalam suatu ponsel.

Sedangkan perusahaan-perusahaan yang ingin membangun nilai melalui keakraban pelanggan atau Customer Intimacy, akan berusaha membangun ikatan yang baik dengan pelanggan. Excelcomindo berusaha menciptakan hal ini dan menginternalisasikan prinsip kepuasan pelanggan kepada seluruh anggota organisasi dan dijabarkan dalam suatu visi yang jelas. Customer Service Vision. SLI 008 membangun keakraban dengan membentuk klub serta serangkaian program-program yang

13th

Anniversary
1993 - 2006

DIREXION

Newsletter



DIREXION
Strategy Consulting

A VISION

is the soul of the business

A GOAL

is its destination

A STRATEGY

is the way how to achieve it

Scope of Service :

Business & Marketing Strategy
Organization & People Management
Training & Education
Corporate Seminars
Branding & Franchising

Head Office :

Bandung

Jl. Muara Barat II No. 7
Lingkar Selatan – Bandung 40243
INDONESIA
Ph/Fax: (022) 5211740
Hp. 085.2202.5555

e-mail:cco@direxionconsulting.com
client@direxionconsulting.com
direxglobal@yahoo.com
http://www.direxioncontulting.com

Representative Office :

Surabaya

Phone : (031) 8496696
Fax: (031) 8419077
Email: direxionsby@yahoo.com

Jakarta

Phone: (021) 5328119-20
Fax: (021) 5322469

‘bersahabat’, termasuk Saras 008. Demikian pula para pelaku bisnis jasa, khususnya hotel, bank, asuransi, akan lebih pas bila bersungguh-sungguh menerapkan disiplin nilai keakraban pelanggan ini.

Dari pemaparan diatas, maka bila memang kita ingi tetap eksis di pasar, maka bukan semata-mata kita terobsesi kepada kedigdayaan pemasarann sebagai suatu disiplin ilmu yang sarat konsep namun kita tidak mapu menjabarkannya dalam keranmgka implementasi. Anda percaya merek itu penting, namun tidak tahu bagaimana mencipta dan membangun merek. Anda percaya pelayanan konsumen untuk kepuasan mereka adalah mutlah, namun organisasi anda kurang mendukung dan karyawan anda tidak memiliki sifat-sifat untuk ‘m,elayani’, departemen terkotak-kotak.

Jadi penting untuk kita, sebelum berusaha mengimplementasikan disiplin nilai atau value discipline tesebut, untuk memahami dan menjabarkan dengan benar hal-hal berikut :

1. Value proposition : apa yang akan ditawarkan kepada pelanggan kita (fungsi,kualitas,harga, kepraktisan, mudah diperoleh, pelayanan, dsb)
2. Operating model : struktur organisasi, system manajemen, proses bisnis, bahkan budaya.

Apakah anda siap untuk menciptakan salah satu dari dimensi nilai tadi : keunggulan operasional, keunggulan Produk atau keakraban pelanggan - untuk menghadapi persaingan dalam era millennium mendatang ?

Anda sendiri yang tahu pasti jawabannya.