

Perencanaan program E-CRM untuk meningkatkan brand advocacy genesa = E-CRM program planning to improve brand advocacy of genesa

Genta Ridzqi Merdeka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504423&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Genesa merupakan sports apparel yang didirikan pada tahun 2016 di Depok Jawa Barat dan berfokus pada penjualan jersey sepak bola serta futsal. Genesa saat ini menjual dua jenis produk, yang pertama adalah jersey retail dan custom jersey. Brand positioning Genesa adalah sebagai apparel yang berkualitas namun masih terjangkau harganya atau mereka sering menyebutnya sebagai premium affordable apparel. Genesa memiliki rata-rata penjualan 713 jersey per bulan atau 8.563 per tahun 2019. Berdasarkan analisis peneliti Industri sports apparel di Indonesia memiliki persaingan yang ketat akibat dominasi yang tidak hanya diwarnai oleh merek lokal saja, tetapi juga merek global. Lalu, strategi word of mouth menjadi strategi yang paling berpengaruh di bisnis apparel lokal. Selain itu, ditengah kondisi pasar yang serba digital dan target pelanggan yang merupakan digital savvy, genesa juga memiliki kelemahan karena belum memiliki strategi advokasi pelanggan dan belum memaksimalkan penggunaan data pelanggan dengan bantuan teknologi, yaitu dalam hal ini konsep Electronic Customer Relationship Management (E-CRM). Genesa sendiri memiliki program loyalitas Pelanggan yang sifatnya Experience (Genesa Eleven) dan tidak dimiliki oleh kompetitor, tetapi responsifitas dari admin Genesa termasuk rendah dan bisa melemahkan hubungan dengan pelanggan. Idealnya, dengan kondisi pasar yang serba digital dan target pelanggan yang merupakan digital savvy, proses pendekatan untuk membangun hubungan antara konsumen dan merek yang memiliki efek memperluas pasar dapat dibangun melalui bantuan teknologi, salah satunya dengan konsep E-CRM. Sayangnya, Genesa sebagai salah satu pelaku industri belum memanfaatkan konsep ini sebagai strategi mereka, padahal Genesa bisa menjadi pemain pertama yang memanfaatkan E-CRM daripada kompetitor utamanya. Program advokasi pelanggan bertajuk `Genesa Inspire` hadir untuk untuk membangun hubungan antara konsumen dan brand Genesa dengan mengajak advokat Genesa menginspirasi orang terdekatnya dengan menyebarkan pesan merek Genesa. Program ini memiliki efek memperluas pasar dengan bantuan teknologi, yaitu dengan menggunakan fitur E-CRM sebagai berikut: a) Fitur E-CRM yang diusulkan berupa fitur referral untuk memfasilitasi penyebaran pesan oleh advokat kepada calon pelanggan Genesa. Insentif pelanggan bersifat two ways incentives, dimana referrer dan target referrer mendapatkan pilihan insentif. b) Fitur Customer Service berbasis artificial inteligent (AI) bernama CAPTAIN (Chatbolt Programme Assistant) untuk meningkatkan responsifitas admin agar hubungan kepada pelanggan bisa maksimal karena bisa diakses selama 24 jam. Fitur ini terintegrasi dengan situs, Whatsapp dan Line.

.....ABSTRACT

Genesa is a sports apparel that was founded in 2016 in Depok, West Java and focuses on selling soccer jersey and futsal. Genesa currently sells two types of products, the first being retail and custom jersey. Genesa brand positioning is a quality apparel but still affordable or they often call it as affordable affordable

apparel. Genesa has an average of 713 jersey sales per month or 8,563 per 2019. Based on the analysis of researchers Sports apparel industry in Indonesia has intense competition due to domination which is not only colored by local brands, but also global brands. Then, the word of mouth strategy became the most influential strategy in the local apparel business. In addition, amidst all-digital market conditions and digital savvy target customers, Genesa also has weaknesses because it does not yet have a customer advocacy strategy and has not maximized the use of customer data with the help of technology, in this case the concept of Electronic Customer Relationship Management (E-CRM). Genesa itself has a Customer loyalty program that is Experience (Genesa Eleven) and is not owned by competitors, but responsiveness from the Genesa admin is low and can weaken customer relationships. Ideally, with all-digital market conditions and target customers who are digital savvy, the process of approach to building relationships between consumers and brands that have the effect of expanding the market can be built through the help of technology, one of them is with the concept of E-CRM. Unfortunately, Genesa as one of the industry players has not utilized this concept as their strategy, even though Genesa could be the first player to utilize E-CRM rather than its main competitors. The customer advocacy program entitled `Genesa Inspire` is here to build relationships between consumers and the Genesa brand by inviting Genesa advocates to inspire their closest people by spreading the Genesa brand message. This program has the effect of expanding the market with the help of technology, namely by using the E-CRM features as follows: a) The proposed E-CRM feature is a referral feature to facilitate the dissemination of messages by advocates to prospective Genesa customers. Customer incentives are two ways incentives, where referrers and target referrers get the choice of incentives. b) An artificial intelligence-based Customer Service (AI) feature called CAPTAIN (Chatbolt Program Assistant) to improve admin responsiveness so that customer relations can be maximized because it can be accessed for 24 hours. This feature is integrated with the site, Whatsapp and Line.