

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan oleh penulis pada bab sebelumnya mengenai “Telemarketing sebagai Strategi Marketing PR”, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kinerja *telemarketing executive* yang dilakukan oleh *Practo Technologies Pvt. Ltd* adalah memberikan pelatihan singkat agar dapat meningkatkan kinerja telemarketing sedangkan dalam pelaksanaan untuk mendapatkan calon konsumen ditentukan oleh pemahaman telemarketing mengenai apa yang dia sampaikan dan penggunaan fasilitas dari perusahaan seperti telepon, database, media sosial dan email untuk melakukan follow up terhadap calon konsumen.
2. Menghubungi Pelanggan oleh telemarketing untuk mendapatkan calon konsumen ditentukan oleh komunikasi dan relasi yang dibangun oleh *telemarketing executive* agar dapat mendapatkan calon konsumen selanjutnya. Relasi sesama anggota team juga diperlukan untuk menjadi team yang solid dan mampu mencapai target
3. Membujuk calon pelanggan untuk bergabung dengan *Practo Technologies Pvt. Ltd* untuk mendapatkan calon konsumen ditentukan oleh cara telemarketing

yang harus persuasive juga cara telemarketing meyakinkan calon konsumen agar konsumen percaya terhadap produk/jasa yang ditawarkan.

5.2 Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Kinerja *telemarketing executive* yang dilakukan oleh *Practo Technologies Pvt. Ltd* lebih baik jika ada training yang lebih intens terhadap masing-masing telemarketing agar telemarketing memiliki pemahaman lebih luas mengenai produk./jasa juga kinerja yang lebih baik dalam memikat pelanggan. Perusahaan juga dapat langsung merekrut telemarketing yang berpengalaman dibidang tersebut.
2. Menghubungi Pelanggan oleh telemarketing executive di lebih baik jika Perusahaan juga seharusnya lebih berperan aktif, jadi tidak hanya mengantungkan pada telemarketing yang harus Menghubungi Pelanggan tetapi perusahaan juga dapat membantu seperti mengirimkan daily email mengenai update terbaru tentang Practo untuk konsumen yang sudah bergabung. Semisal Practo sudah resmi lauching di Indonesia dan siap merambah market Jabodetabek.
3. Membujuk calon pelanggan untuk bergabung dengan *Practo Technologies Pvt. Ltd*. Lebih meningkatkan pengetahuan telemarketing agar calon konsumen

lebih percaya untuk bergabung bersama Practo. Juga Practo dapat melakukan promosi besar-besaran sehingga meningkatkan brand awareness masyarakat terhadap Practo. Pada akhirnya, konsumen akan lebih mudah di bujuk karena merasa tidak asing dengan Practo.

