

Perancangan sistem informasi telemarketing

Harry T. Yani Achsan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=76912&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perusahaan perdagangan konvensional sekarang semakin sulit karena membengkaknya biaya pemasaran dan turunnya margin keuntungan. Hal tersebut masih ditambah dengan kenyataan makin banyaknya wanita bekerja, bertambah macetnya arus lalu lintas serta tingginya resiko di jalan sehingga menyebabkan toko-toko semakin sepi pengunjung.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat mendukung penerapan otomasi pemasaran dengan sistem call center terpadu untuk telemarketing yang memudahkan penjual menghubungi prospek, melakukan survei dan melakukan transaksi melalui saluran telekomunikasi. Potensi telemarketing sangat besar karena hampir semua keluarga di kota besar mempunyai telpon; bila dilihat dari sisi penjual, penjual akan dapat meningkatkan efisiensi karena dapat diputuskannya jalur distribusi yaitu barang dapat langsung dikirim dari pabrik ke pembeli.

Pengembangan sistem telemarketing menjadi semakin mudah karena adanya teknologi DDE (Data Dynamic Exchange) dan OLE (Object Link and Embedded) yang memungkinkan menjalankan fungsi-fungsi dalam aplikasi lain dengan program sederhana.

Studi kasus dalam tesis ini dilakukan terhadap beberapa sistem aplikasi telemarketing komersial dilakukan sebagai komparasi dari sistem yang ada di pasaran dengan kebutuhan bisnis perusahaan yang spesifik dan harus terintegrasi dengan aplikasi back office yang sudah ada. Hasil studi kasus dapat dipakai sebagai referensi pada perancangan sistem telemarketing.

Perancangan sistem telemarketing beserta call center-nya merupakan titik berat tesis ini dengan harapan dapat membantu praktisi pengembang perangkat lunak dalam membuat sistem telemarketing dengan mudah, murah dan cepat.

ABSTRACT

Conventional trading company now is getting more trouble because of the increase of marketing expense and lower profit margin. In addition to the problems, the number of working women is currently higher, traffic is heavier than before and more dangerous occurs when driving in the street, therefore conventional store is becoming lack of visitors.

The advancement of information technology and telecommunication that support the application of marketing automation with integrated call center system offers a new way of marketing called telemarketing. With telemarketing the seller can easily contact the prospective buyers, conduct surveys, and close transactions through the telecommunication tools. Telemarketing offer a big potential marketing ways

as most families in the big cities have a phone and this system can shorten the distribution of goods from the factory to the buyer.

Developing telemarketing system become more easy with help of DDE (Data Dynamic Exchange) and OLE (Object Link and Embedded) that enabling to run functions from other applications using simple program code.

The case study of commercial telemarketing systems in this thesis intended as comparison of the system that can be bought in the market and the specific business needs, and the integration to the back office system they already have. The result of this case study can be used as reference when designing telemarketing system.

I emphasized this thesis on the design of telemarketing system and the call center. I hope that this thesis will help the software developer to create telemarketing system easier, cheaper and faster.</i>