



PENERBIT ANDI®

HOW TO MANAGE CUSTOMER VOICE

Panduan Mengelola Suara Pelanggan
Sebagai Kunci Keberhasilan
Perusahaan Mewujudkan Kepuasan Pelanggan
untuk Membangun Citra Perusahaan di Masa Depan

Prof. Dr. PM. Budi Haryono

HOW TO MANAGE COSTUMER VOICE

Dengan berkembangnya jejaring sosial yang begitu pesat telah membawa perusahaan untuk mengantisipasi situasi zaman yang sudah berubah. Perusahaan yang berhasil tidak lagi berorientasi pada produk semata melainkan harus berorientasi pada pasar yang berarti fokus pada pelanggan. Pelanggan adalah faktor sentral yang mengantar perjalanan perusahaan menjadi berkembang, solid, dan memiliki masa depan cerah. Atas dasar pertimbangan tersebut, perusahaan wajib mengelola suara pelanggan yang muncul melalui media cetak maupun media elektronik. Hal ini dimudahkan melalui jejaring sosial, di mana pelanggan dapat menyampaikan keluhan, klaim, protes, usulan, pendapat, apresiasi, rasa terima kasih, dan sebagainya berkaitan dengan pengalamannya ketika bertransaksi dengan perusahaan. Pengalaman yang manis dengan pelayanan yang memuaskan akan "bergaung" di pasar. Sebaliknya, pengalaman yang pahit dengan pelayanan yang tidak memuaskan akan lebih "berkumandang" di pasar yang disampaikan kapan saja, di mana saja, dan kepada siapa saja. Hal ini menjadi pedoman praktis dan strategis bagi perusahaan untuk mendengar, memahami, mempelajari, dan mengelola suara pelanggan bila tidak menginginkan dampak buruk bagi citra perusahaan.

Secara sistimatis, cakupan lengkap buku ini berisi tentang:

- Alasan dan latar belakang mengapa perusahaan wajib mengelola suara pelanggan
- Pengertian suara pelanggan yang umumnya belum dimengerti atau mendapat perhatian khusus dari perusahaan
- Bentuk suara pelanggan mulai dari sumber, ciri-ciri, serta maksud dan tujuannya perlu dideteksi dengan tepat oleh perusahaan
- Pentingnya suara pelanggan bagi perusahaan, karyawan, dan pelanggan karena akan memberikan manfaat lebih secara proporsional
- Mengelola suara pelanggan merupakan kewajiban perusahaan dalam upaya menjaga citra demi kelangsungan kehidupan di masa depan

Penerbit ANDI

Jl. Beo 38-40 Yogyakarta
Telp. (0274) 561881 Fax. (0274) 588282
e-mail: penerbitan@andipublisher.com
website: www.andipublisher.com

EKONOMI
ISBN: 978-979-29-4000-8



Dapatkan Info Buku Baru, Kirim e-mail: info@andipublisher.com

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	III
DAFTAR ISI	V
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pengertian Pelanggan.....	5
C. Pelayanan kepada Pelanggan	12
BAB 2 PENGERTIAN SUARA PELANGGAN	23
A. Suara Pelanggan	23
B. Dampak Suara Pelanggan.....	30
C. Manfaat Suara Pelanggan.....	33
BAB 3 BENTUK SUARA PELANGGAN	37
A. Sumber Suara Pelanggan	37
B. Ciri-ciri Suara Pelanggan	38
C. Maksud dan Tujuan Suara Pelanggan	40

BAB 4 PENTINGNYA SUARA PELANGGAN.....	43
A. Bagi Perusahaan.....	43
B. Bagi Karyawan	44
C. Bagi Pelanggan.....	45
D. Media Promosi Perusahaan	46
E. Membangun Budaya Perusahaan	55
BAB 5 MENGELOLA SUARA PELANGGAN.....	61
A. Penanggung Jawab Suara Pelanggan	61
B. Kemampuan dan Kepribadian Penanggung Jawab Suara Pelanggan.....	63
C. Tugas Pokok Penanggung Jawab Suara Pelanggan	68
D. Ilustrasi Mengelola Suara Pelanggan	98
DAFTAR PUSTAKA	105
BIOGRAFI	109