

RINGKASAN EKSEKUTIF

Leads management adalah keseluruhan proses yang dimulai dari pencarian calon prospek sampai pengelolaan prospek menjadi penjualan. PT. Toyota-Astra Motor (TAM) adalah salah satu perusahaan yang memiliki leads management system.

Leads management system TAM belum berjalan dengan baik. Banyak kendala yang dirasakan oleh TAM beserta para pihak pelaksana leads management. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa penyebab utama, yaitu karena tidak adanya sistem IT yang dapat menunjang jalannya kegiatan, tidak adanya standar operasional, dan kurangnya komitmen dari para pelaksana leads management. Padahal, potensi prospek yang dapat dikonversi menjadi penjualan dalam leads management system ini besar jumlahnya.

Maka dari itu, dalam proyek ini, penulis berupaya menyelesaikan kendala yang dihadapi oleh TAM dengan memberikan solusi. Gambaran singkat mengenai solusi yang penulis rekomendasikan meliputi perancangan sistem yang dapat membantu kegiatan dalam leads management, pembuatan standar operasional, penerapan *Channel Power* untuk menggerakkan para pelaksana leads management agar melakukan tugasnya dengan baik dan maksimal, serta sepuluh langkah dalam proses penjualan sebagai penyempurna agar leads dapat menjadi Customers.

EXECUTIVE SUMMARY

Leads management is a process of turning leads into sales, which includes searching leads, turning leads into prospect and eventually become sales. PT. Toyota-Astra Motor (TAM) is one of the company that have implemented leads management system.

However, the leads management system has not been running well. TAM and all other related parties involved in leads management have encountered certain problems, such as, not having an automated system to run the leads management, no standard operational procedures and lack of commitment by some parties involved. As a matter of fact, TAM has acquired a huge base of potential prospect that could be converted into sales.

Therefore, in this improvement project, I would like to propose a series of solutions that could be considered by TAM in order to solve the problems identified. In brief, the solutions includes, developing an automated system that could improve the leads management process, designing a standard operational procedures, proposing Channel Power and 10 steps in selling process, as way to maximize the effectiveness and efficiencies of the leads management system.