

Kita telah mengenal dua paradigma pemasaran yakni "*the selling concept*" dan yang sampai saat ini masih banyak dipraktikkan adalah "*the marketing concept*", tetapi kini dengan munculnya era digital, maka paradigma pemasaran kemudian berubah menjadi "*the holistic marketing concept*", yang memberikan gambaran lebih luas mengenai konsep pemasaran.

(Sangkala, Program S3 Bidang Ilmu Administrasi, FISIP Universitas Indonesia, Jakarta)

Para pelanggan baru tidak mengetahui mengenai aturan-aturan lama, pemahaman-pemahaman lama, atau cara-cara lama dalam menjalankan bisnis - mereka tidak mempedulikannya. Apa yang mereka pedulikan adalah sebuah perusahaan yang bersedia menyesuaikan produk atau jasanya untuk menyesuaikan strategi mereka. Hal ini menunjukkan evolusi pemasaran pada perusahaan yang digerakkan oleh kebutuhan pasar.

(Regis McKenna, Pemimpin perusahaan konsultan " Regis McKenna Inc. di Amerika)

Berbasis dari *system and process*, maka dalam bisnis jasa diperlukan strategi pemasaran jasa yang terdiri dari : *market strategy* dan *marketing mix strategy*. Strategi pemasaran jasa diilustrasikan dalam *The Service Profit Chain*, suatu rantai untuk mewujudkan pertumbuhan dan profitabilitas.

(Sucherly, guru besar Fakultas Ekonomi Universitas Padjajaran, Bandung)

Ada lima hal yang harus diperhatikan dalam upaya membangun tim penjual yang tangguh : 1) ciptakan kondisi efektif, 2) mengadopsi *servant leadership*, 3) berikan *value* dalam tim, 4) berikan pelatihan yang cukup, dan 5) jangan terjebak teknologi.

(Rhenald Kasali, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta)

ISBN 979-3485-05-1

