AI AGENT · NO. 39 / 47 INTELIJEN PENJUALAN

39

Sales Preparation Agent

Mempersiapkan meeting sales dengan data pelanggan terpadu dan insight.

BUSINESS FUNCTION

Sales / pre-sales

DOMAIN / PLATFORM

CRM / Customer Engagement

INDUSTRI

Semua industri

01 · RINGKASAN

Menggabungkan persiapan sales yang terfragmentasi menjadi satu workflow berbasis data: customer intelligence, insight eksternal, dan deteksi peluang otomatis — sehingga account manager datang ke meeting dengan informasi lengkap dan strategi siap.

CARA KERJA

Sebelum meeting, account manager memilih akun di CRM atau agent mendeteksinya dari jadwal. Agent mengumpulkan riwayat akun, kontak, peluang terbuka, kasus layanan, dan interaksi terakhir, lalu menambahkan sinyal dari berita, media sosial, dan sumber industri. Data itu dianalisis untuk menemukan peluang upsell, cross-sell, dan tanda churn. Hasilnya satu brief meeting berisi poin bicara dan langkah yang disarankan.

SEKILAS

3	5	3	4
fitur utama	tahap inti agent	sistem bisnis terhubung	kontrol tata kelola

ISI DOKUMEN

01	Ringkasan & cara kerja	1
02	Tantangan & solusi	2
03	Arsitektur solusi	3
04	Prototipe & implementasi	4

02 · TANTANGAN & SOLUSI

Masalah yang diselesaikan

Hambatan yang umum dihadapi tim, kemampuan inti agent untuk mengatasinya, dan nilai bisnis yang dihasilkan.

TANTANGAN

Tantangan bisnis

Kondisi saat ini sebelum agent diterapkan.

01 Account manager menghabiskan banyak waktu mengumpulkan info pelanggan, produk, logistik, dan pasar dari sistem yang terpisah.

02 Insight tidak lengkap, sinyal komersial terlewat, persiapan tidak merata; konteks seperti risiko supply-chain dan produk berpotensi tinggi sering terabaikan.

SOLUSI · SALES PREPARATION AGENT

Mempersiapkan meeting sales dengan data pelanggan terpadu dan insight.

KEMAMPUAN

Fitur utama

3 kemampuan inti yang dijalankan agent.

01

360° customer brief

Menyusun riwayat akun, peta stakeholder, peluang terbuka, isu layanan, dan interaksi terbaru menjadi satu brief meeting.

02

External insights

Memindai media sosial, berita, dan sumber industri untuk sinyal tentang akun dan kontak kunci.

03

Opportunity and churn detection

Menandai peluang upsell/cross-sell dan indikator churn per akun dengan sinyal prediktif.

NILAI

Manfaat

Nilai bisnis yang dapat diharapkan.

- ✓ Meeting lebih siap dengan informasi lengkap dan terkini
- ✓ Pengalaman pelanggan lebih konsisten dan personal
- ✓ Hemat waktu — lebih sedikit berpindah aplikasi
- ✓ Onboarding sales rep baru lebih cepat

03 · ARSITEKTUR

Arsitektur solusi

Bagaimana data bergerak dari sumber dan kanal, diproses inti agent secara berurutan, hingga tercatat di sistem bisnis.



Alur data langkah demi langkah

6 LANGKAH

LANGKAH 01
Meeting terjadwal
Account manager memilih akun atau agent mendeteksi meeting di kalender, lalu memulai persiapan brief.

LANGKAH 02
Data internal dikumpulkan
Agent menarik riwayat akun, stakeholder, peluang terbuka, kasus layanan, dan order terakhir dari CRM dan ERP.

LANGKAH 03
Sinyal eksternal dipindai
Berita, media sosial, dan sumber industri diperiksa untuk perkembangan terbaru akun dan kontak kuncinya.

LANGKAH 04
Peluang & risiko dinilai
Model prediktif menandai potensi upsell, cross-sell, dan indikator churn, termasuk konteks risiko supply chain.

LANGKAH 05
Brief disusun
LLM merangkum semuanya menjadi brief 360° dengan poin bicara, pertanyaan kunci, dan langkah yang disarankan.

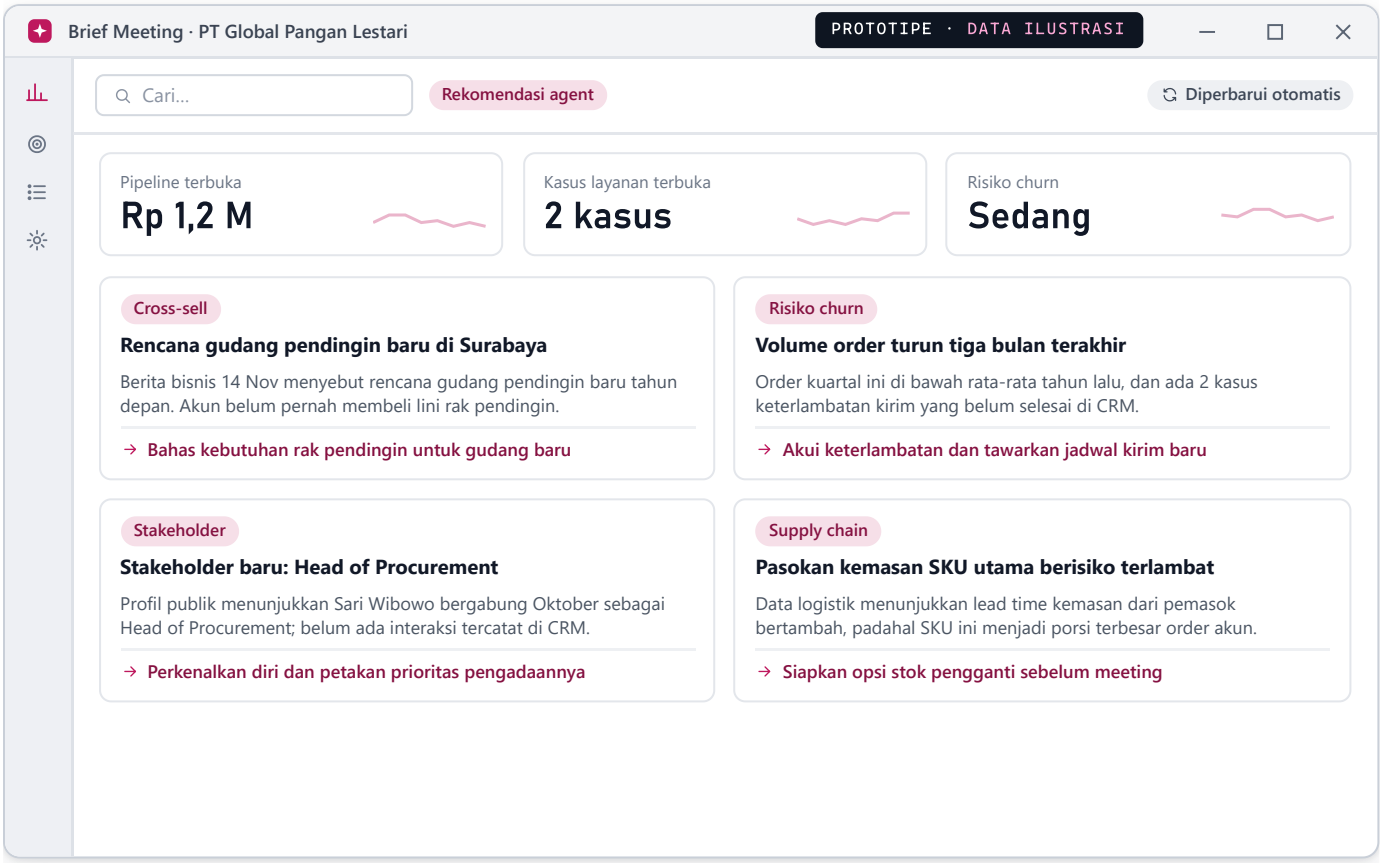
LANGKAH 06
Hasil dicatat
Setelah meeting, account manager mencatat keputusan; peluang baru dan tindak lanjut disimpan ke CRM.

04 · PROTOTIPE

Seperti apa di layar

SKENARIO

Besok pagi account manager akan bertemu direksi PT Global Pangan Lestari, distributor bahan makanan. Agent menyiapkan brief 360° yang menggabungkan data CRM, ERP, logistik, dan sinyal eksternal.



1. Metrik di atas merangkum posisi akun: nilai pipeline, kasus layanan terbuka, dan tingkat risiko churn.
2. Setiap kartu menggabungkan bukti internal dan eksternal dengan satu tindakan yang disarankan untuk meeting.
3. Tag membedakan peluang cross-sell, risiko churn, stakeholder baru, dan isu supply chain.
4. Setelah meeting, account manager menyimpan poin bicara dan tindak lanjut langsung ke CRM.

Tahapan implementasi

4 FASE

1 Discovery Sales

Menyepakati isi brief, sumber data internal, dan sumber eksternal yang dipakai bersama tim sales.

2 Integrasi Data

Menghubungkan CRM, ERP, data logistik, dan layanan pencarian berita ke agent.

3 Model & Pilot

Menyetel sinyal peluang dan churn, lalu menguji brief bersama beberapa account manager.

4 Rollout Tim Sales

Memperluas ke seluruh tim sales dan memperbarui template brief berdasarkan feedback.

Yang perlu disiapkan

- Data CRM yang terpelihara: akun, kontak, peluang, kasus, dan aktivitas
- Akses data order, produk, dan logistik dari ERP
- Daftar sumber eksternal yang disetujui beserta kebijakan penggunaannya
- Account manager pilot yang bersedia memberi feedback rutin

Metrik yang layak dipantau

- Waktu persiapan per meeting pelanggan
- Jumlah peluang baru yang tercatat setelah meeting
- Tingkat pemakaian brief oleh account manager
- Akun berisiko churn yang ditindaklanjuti

AI Agent Solutions

Tenaga kerja digital untuk proses bisnis Anda — diskusikan penerapan agent ini untuk proses Anda.