AI AGENT · NO. 28 / 47 INTELIJEN PENJUALAN

28

Next Best Action Agent

Rekomendasi cross-sell dan upsell proaktif berbasis data pelanggan.

BUSINESS FUNCTION

Sales / pre-sales

DOMAIN / PLATFORM

CRM / Customer Engagement

INDUSTRI

Semua industri

01 · RINGKASAN

Mengidentifikasi peluang cross-/upsell dari data pelanggan dan insight perilaku, memandu tim sales dengan rekomendasi proaktif berbasis data — berdasarkan pelanggan serupa, pembelian mereka, kepuasan, dan perubahan terbaru di perusahaan.

CARA KERJA

Agent menggabungkan data pelanggan dari CRM, riwayat pembelian di ERP, skor kepuasan, dan perubahan terbaru di perusahaan pelanggan seperti ekspansi atau pergantian manajemen. Dari data itu agent mencari pelanggan dengan profil serupa, membandingkan produk yang mereka pakai, lalu menemukan celah. Setiap peluang disertai justifikasi dan dikirim secara proaktif ke account manager melalui CRM atau aplikasi chat kerja.

SEKILAS

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

Dampak bisnis

- ✓ Pertumbuhan pendapatan
- ✓ Biaya operasional lebih rendah
- ✓ Efisiensi meningkat
- ✓ Kepuasan karyawan
- ✓ Kepuasan pelanggan
- ✓ Kualitas kerja meningkat

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 Sales manager sering melewatkan peluang cross-/upsell.

02 Harus menilai manual produk mana yang relevan — reaktif dan bergantung insight individu.

SOLUSI · NEXT BEST ACTION AGENT

Rekomendasi cross-sell dan upsell proaktif berbasis data pelanggan.

KEMAMPUAN

Fitur utama

3 kemampuan inti yang dijalankan agent.

01
Customer data analysis

Menganalisis pelanggan untuk gambaran menyeluruh dan mengidentifikasi pelanggan dalam situasi serupa.

02
Gap and opportunity discovery

Menemukan gap dan peluang antara produk terkait dan pelanggan, dengan justifikasi.

03
Proactive assistance

Memberi tahu pengguna saat peluang relevan.

NILAI

Manfaat

Nilai bisnis yang dapat diharapkan.

- ✓ Lebih sedikit waktu membujuk pelanggan
- ✓ Output lebih konsisten & berkualitas
- ✓ Percakapan lebih mudah, conversion lebih tinggi
- ✓ Lebih sedikit kerja manual
- ✓ Pelanggan lebih puas lewat engagement proaktif
- ✓ Adopsi produk/layanan dan revenue naik

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

5 LANGKAH

LANGKAH 01
Data dihubungkan
Konektor menarik data akun, pembelian, kepuasan, dan sinyal eksternal ke penyimpanan analitik secara terjadwal.

LANGKAH 02
Pelanggan dikelompokkan
Model kemiripan menemukan pelanggan dengan industri, ukuran, dan pola pembelian yang serupa.

LANGKAH 03
Gap ditemukan
Produk yang umum dipakai kelompok serupa tetapi belum dimiliki pelanggan menjadi kandidat peluang.

LANGKAH 04
Peluang dinilai
Kandidat diberi skor berdasarkan kepuasan, kontrak berjalan, dan perubahan terbaru; LLM menulis justifikasinya.

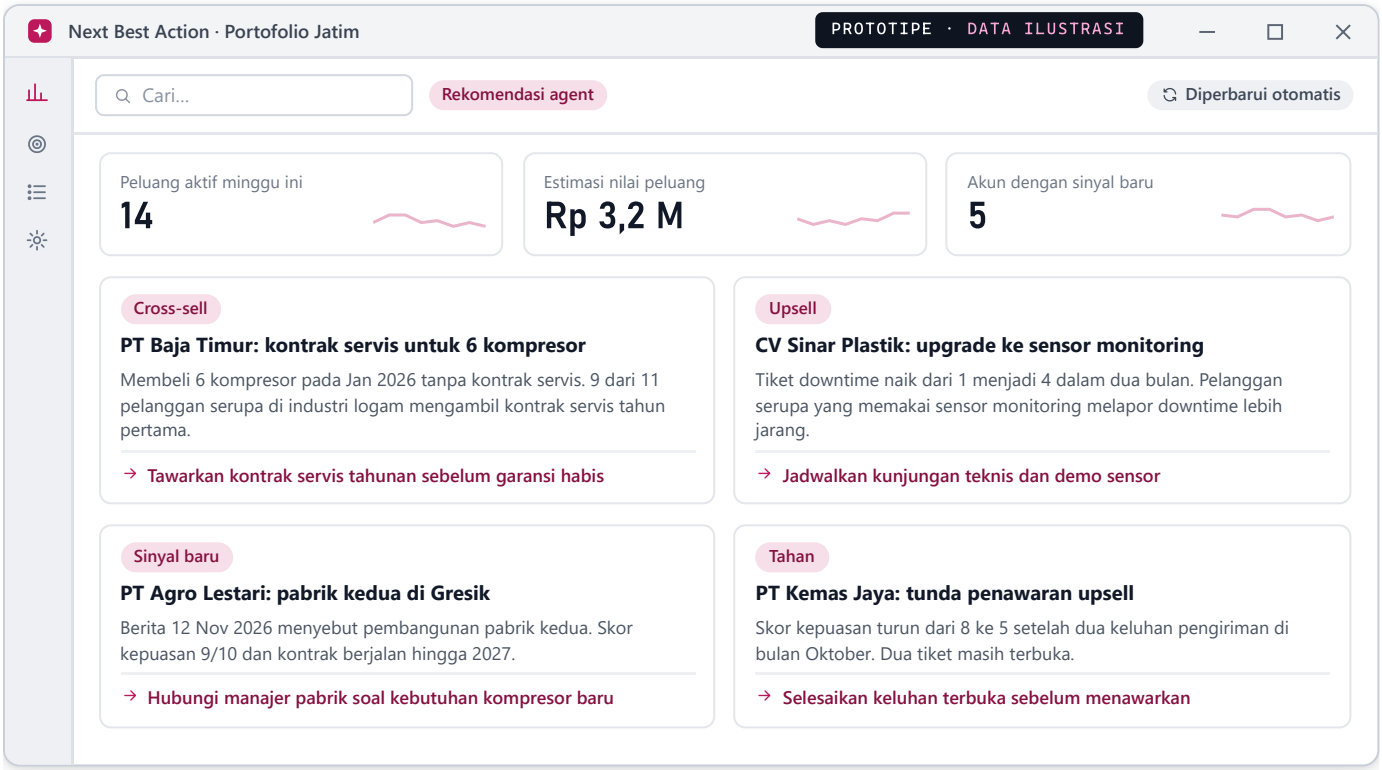
LANGKAH 05
Account manager diberi tahu
Rekomendasi muncul di CRM dan aplikasi chat kerja. Account manager membuat opportunity atau menolaknya dengan alasan.

04 · PROTOTIPE

Seperti apa di layar

SKENARIO

Account manager wilayah Jawa Timur di distributor kompresor dan peralatan industri membuka daftar peluang minggu ini. Agent menyorot akun yang punya celah produk dibanding pelanggan serupa, sinyal perubahan baru, dan akun yang sebaiknya belum didekati.



1. Baris atas menampilkan jumlah peluang, estimasi nilai, dan akun dengan sinyal perubahan baru.
2. Setiap kartu memuat bukti dari data pelanggan dan kelompok serupa, sehingga alasannya bisa diperiksa.
3. Aksi yang disarankan dapat langsung dijadikan opportunity atau task di CRM.
4. Agent juga menyarankan menunda penawaran saat kepuasan pelanggan sedang turun.

Tahapan implementasi

4 FASE

1. **Discovery data**
   Memetakan sumber data pelanggan, relasi produk, dan definisi peluang bersama tim sales.
2. **Integrasi & model**
   Membangun konektor CRM, ERP, dan survei, serta model kemiripan dan aturan gap produk.
3. **Pilot satu wilayah**
   Rekomendasi diuji bersama beberapa account manager; feedback dipakai menyesuaikan skor.
4. **Rollout & feedback**
   Perluasan ke semua wilayah, notifikasi chat kerja, dan review kualitas rekomendasi secara berkala.

Yang perlu disiapkan

- Akses ke data CRM dan riwayat pembelian beberapa tahun terakhir
- Katalog produk dengan relasi produk terkait, bundel, dan prasyarat
- Data kepuasan pelanggan seperti survei atau tiket layanan
- Account manager yang bersedia memberi feedback pada rekomendasi

Metrik yang layak dipantau

- Rasio rekomendasi yang diterima account manager
- Opportunity cross-sell dan upsell yang lahir dari rekomendasi
- Win rate opportunity hasil rekomendasi
- Jumlah akun yang ditinjau proaktif per periode

AI Agent Solutions

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