



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Jakarta

Monica Octavia - 44312110009

Strategi Telemarketing PT AXA Mandiri Financial Services Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Mandiri Hospital Life Tahun 2015

ABSTRAK

Pemasaran merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan. Tujuan pemasaran pada umumnya adalah meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dan menawarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal tersebut berlaku untuk semua jenis perusahaan termasuk perusahaan dibidang asuransi. PT AXA Mandiri Financial Services yang bergerak dibidang asuransi untuk meningkatkan jumlah nasabah produk Mandiri Hospital Life menerapkan telemarketing sebagai strategi utama untuk calon nasabahnya.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi telemarketing yang dilakukan PT AXA Mandiri Financial Services dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Mandiri Hospital Life tahun 2015.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap tiga narasumber PT AXA Mandiri Financial Services.

Telemarketing dijadikan media komunikasi pemasaran utama oleh PT AXA Mandiri Financial Services dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dengan strategi ini terbukti meningkatkan jumlah nasabah produk Mandiri Hospital Life tahun 2015.