

BAB IV

PENUTUPAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis jelaskan, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari laporan strategi *personal selling* dalam pemasaran pada PT Hanwha Life Insurance SO Bogor, sebagai berikut:

1. Penerapan strategi *Personal Selling* yang dilakukan PT Hanwha Life Insurance SO Bogor dalam memasarkan produknya yaitu Pospekting, pra pendekatan, pendekatan, mengatasi keberatan, menutup penjualan, tindak lanjut.
2. Dampak strategi *Personal Selling* berperan penting dalam hal meyakinkan dan mempermudah agensi untuk dapat menarik calon konsumen agar bersedia membeli produk yang ditawarkan, dapat membantu perusahaan serta memperluas jaringan pemasaran produk-produk asuransi dan mempromosikan suatu produk asuransi agar dapat memaksimalkan produk. Terjadinya Kenaikan nasabah karena, calon nasabah telah menyadari bahwa asuransi itu penting untuk jangka kedepan. Jika penurunan karena nasabah masih meragukan bahwa penting nya asuransi untuk masa depan
3. Kendala yang terjadi adalah kesulitan dalam menghadapi calon konsumen yang belum memahami pentingnya asuransi dan kesulitan prospek dalam mendapat calon konsumen karena penurunan pendapatan. Perusahaan memberikan solusi untuk dapat mengatasi kendala-kendala tersebut, melalui strategi *personal selling* dengan cara memberikan perhatian lebih agar calon konsumen merasa nyaman dan dengan memberikan potongan harga dan *cashback* bagi calon konsumen yang pendapatan menurun.

4.2. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran dengan pembahasan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini. Peneliti mencoba untuk memberikan saran, yaitu:

1. Memberikan hadiah kepada konsumen jangka panjang yang memiliki produk asuransi lebih dari satu, agar konsumen memiliki rasa minat yang tinggi terhadap produk asuransi PT Hanwha Life Insurance.
2. Dalam pengajuan asuransi, lebih baik jika premi perbulannya dapat lebih diperkecil agar mempermudah dalam proses pengajuan asuransi terhadap calon konsumen yang terkena dampak penurunan pendapatan.
3. agency melakukan perekrutan orang dgn melihat skill dan kualitas kinerja calon agency sebelumnya