

Hebat, Toko Bahan Bangunan ini Sudah Gunakan Artificial Intelligence

PROPERTY INSIDE – Perusahaan bahan bangunan Mitra10, meluncurkan program CRM omni-channel pertamanya, program ini adalah teknologi dengan kemampuan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence, AI*) dari Capillary Technologies. Program ini membantu tim in-store Mitra10 untuk mengetahui jumlah pengunjung di toko, meningkatkan efisiensi toko, konversi dan efektivitas kampanye.

General Manager CRM dari Mitra10, I Gusti A A I Putriari dalam keterang tertulisnya Jumat (9/3) kepada PropertyInside.id mengatakan program ini, perusahaan berupaya mengubah hubungan dengan pelanggan dan menanamkan loyalitas terhadap merek mereka kepada pelanggan.

“Mitra10 bertujuan untuk memaksimalkan (*customer*) *engagement* untuk kinerja yang lebih baik di semua lini – seperti kontribusi peningkatan penjualan melalui pertumbuhan anggota dari pelanggan. Bersama Capillary sebagai mitra kami, kami sangat antusias untuk melangkah maju menuju arah ini dengan program CRM yang telah dipersonalisasi.”

Mitra10 menggunakan rangkaian solusi yang ditawarkan oleh Capillary untuk menjangkau pelanggannya dari berbagai saluran komunikasi dengan merekam data secara *offline* dan *online* di waktu yang akan datang. Solusi ini juga akan menjadikan pendekatan lebih personal untuk memberikan rewards sesuai dengan aktifitas yang dilakukan oleh pelanggan.

Mitra10 akan dapat menganalisa secara akurat akan jumlah pelanggan yang masuk ke toko dan barang yang mereka beli dengan VisitorMetrix dari Capillary, yakni *footfall counter* berbasis teknologi AI yang telah diluncurkan akhir tahun 2017 lalu. Ini memungkinkan Mitra10 untuk mendapatkan informasi in-store lebih awal dalam mengambil keputusan dan karenanya, memungkinkan perusahaan untuk melakukan hiper-personalisasi kampanye mereka dan menjangkau pelanggan mereka secara efektif.

Capillary juga akan bekerja sama dengan Mitra10 untuk meningkatkan kehadiran *e-commerce* mereka dan menerapkan strategi CRM mereka secara online. Tujuan utama Mitra10 adalah menjadi pionir dalam industri bahan bangunan dan perbaikan rumah di Indonesia yang menggunakan strategi Omni-channel CRM.

Direktur Pemasaran dan Merchandise Mitra10, Indra Gunawan mengatakan, kemitraan branding Mitra10 dengan Capillary kedepannya tidak hanya di departemen pemasaran saja tapi juga di departemen lain agar memiliki

Hebat, Toko Bahan Bangunan ini Sudah Gunakan Artificial Intellegence

strategi CRM yang tepat.

“Dengan menggunakan platform yang ahli dibidangnya, seperti Capillary, kami yakin bahwa kita dapat mencapai hal ini dengan baik, dan berhasil menjalankan program CRM customer-centric sesuai dengan yang kita inginkan,” ujar Indra.

Vice President dan Business Head Asia Pasifik di Capillary Technologies, Abhijeet Vijayvergiya mengaku gembira bekerjasama dengan Mitra10 sebagai klien. “Mitra10 merevolusi cara melakukan CRM dalam industri ini dan Capillary sangat bangga karena dipilih sebagai mitra untuk membantu mereka mencapai hal ini.”

Capillary telah mendukung solusi digital di lebih dari 300 merek di seluruh Asia dan negara diantaranya, dan di Indonesia telah bekerja sama dengan beberapa brand seperti Kanmo Retail Group, Mount Scopus, dan Bata.

Perusahaan teknologi ini juga sudah mendapatkan pendanaan sebesar USD 20 juta dari investor blue chip Warburg Pincus dan Sequoia Capital beberapa waktu lalu. Renacanya Capillary akan mengalokasikan dana tersebut untuk memperkuat kehadirannya di Asia Tenggara, termasuk di Indonesia.