

Chief Business Officer (CBO)

Tujuan utama:

Mengelola strategi **go-to-market**, peningkatan **revenue**, dan penguatan **hubungan pelanggan** serta **channel partner**.

□□ Tanggung Jawab Utama:

- Merancang dan mengeksekusi strategi penjualan dan pemasaran lintas segmen (Enterprise, SMB, Partner).
 - Menyusun target penjualan tahunan & kuartalan.
 - Memastikan kolaborasi antara Sales, Marketing, dan Customer Success.
 - Mengoptimalkan lifecycle pelanggan: dari akuisisi → adopsi → retention → upsell.
 - Menganalisis tren pasar cloud dan kompetitor untuk mengarahkan strategi penjualan.
 - Melaporkan pencapaian revenue dan pipeline ke CEO.
-

□□ Sales & Customer Success Division

1. Enterprise Account Manager

Fokus: menangani klien korporat besar (bank, telco, pemerintah, enterprise sektor energi, manufaktur, dsb).

Tugas Detail:

- Melakukan **account planning** dan strategi jangka panjang untuk tiap pelanggan besar.
- Menyusun proposal solusi sesuai kebutuhan pelanggan (custom IaaS, DRaaS, private cloud, hybrid setup).
- Melakukan presentasi, negosiasi kontrak, dan penutupan proyek besar.
- Berkoordinasi dengan tim CTO/CSDO untuk desain teknis & implementasi.
- Memastikan kontrak tahunan diperbarui (renewal) dan peluang **cross-sell/upsell** diidentifikasi.
- Memonitor **customer health score** dan kepuasan pelanggan enterprise.

Tools biasa digunakan: Salesforce, HubSpot CRM, PowerBI dashboard, Proposal automation tools.

2. SMB Account Manager

Fokus: pelanggan skala menengah, startup, digital-native business.

Tugas Detail:

- Melakukan **prospecting** aktif melalui campaign, leads inbound, atau channel partner.
- Memberikan demo produk (SaaS, PaaS, cloud hosting, container platform).
- Membantu onboarding awal pelanggan baru dan memastikan penggunaan layanan berjalan lancar.
- Melakukan follow-up berkala dan tracking hasil kampanye digital marketing.
- Menganalisis pricing & promo untuk meningkatkan volume penjualan SMB.
- Melaporkan pipeline SMB ke CBO dan Marketing.

Tools biasa digunakan: CRM (HubSpot, Pipedrive), Intercom, Google Data Studio.

3. Customer Success Manager (CSM)

Fokus: memastikan pelanggan aktif menggunakan layanan, loyal, dan sukses mencapai tujuan bisnis mereka.

Tugas Detail:

- Melakukan onboarding pelanggan baru setelah handover dari Sales.
- Membuat **Customer Success Plan (CSP)** untuk tiap akun strategis.
- Melakukan **QBR (Quarterly Business Review)** bersama pelanggan enterprise.
- Menjadi penghubung antara pelanggan dan tim teknis jika ada issue operasional.
- Mengukur dan meningkatkan **NPS (Net Promoter Score)**.
- Menginisiasi program **customer advocacy** (testimoni, case study, joint webinar).
- Mendeteksi risiko churn lebih awal dan melakukan tindakan preventif.

Tools biasa digunakan: Gainsight, Zendesk, Freshdesk, CRM, Notion dashboard.

Marketing & Brand Division

4. Digital Marketing Manager

Fokus: membangun brand awareness dan menghasilkan leads berkualitas.

Tugas Detail:

- Menyusun strategi digital marketing tahunan (SEO, SEM, content marketing, ads).
- Mengelola website perusahaan, blog, landing page produk, dan analytics.
- Membuat kampanye media sosial dan email automation.
- Melakukan A/B testing pada iklan dan landing page untuk optimasi conversion rate.
- Mengkoordinasikan content creation (artikel, video, case study).
- Menganalisis metrik (CTR, MQL, CPL) dan menyampaikan laporan bulanan ke CBO.
- Menjalin kerja sama promosi dengan media atau influencer B2B.

Tools biasa digunakan: Google Analytics, HubSpot, SEMrush, Meta Ads, LinkedIn Campaign Manager.

5. Partner & Channel Manager

Fokus: memperluas ekosistem partner dan channel untuk meningkatkan revenue tidak langsung.

Tugas Detail:

- Menyusun strategi **partner program** (reseller, integrator, distributor, ISV).
- Melakukan **partner onboarding** dan pelatihan produk.
- Menetapkan dan memonitor target partner berdasarkan wilayah atau sektor industri.
- Mengelola komunikasi rutin dengan partner (newsletter, portal, event).
- Membuat sistem insentif partner dan memastikan sertifikasi produk dipenuhi.
- Berkolaborasi dengan tim Marketing untuk campaign bersama partner (co-marketing).
- Melaporkan performa partner ke CBO secara periodik (pipeline, kontribusi revenue).

Tools biasa digunakan: Partner Relationship Management (PRM) system, Salesforce, Asana, Notion.

Revision #1

Created 9 November 2025 01:16:15 by Kapak Maut

Updated 25 June 2026 20:28:41 by Kapak Maut