

Model Used

google/gemini-3.1-pro-preview-customtools

Chat data in tokens

234,426

Berikut adalah laporan audit performa telemarketing berdasarkan data percakapan WhatsApp yang diberikan. Analisis ini disusun secara objektif dengan mempertahankan integritas numerik total 248 kontak sesuai dengan data resmi.

OUTPUT 1 — SCAN HEADER

Ringkasan Eksekutif Total kontak yang dianalisa berjumlah **248 kontak**, yang terdiri dari **213 valid customers** (memiliki interaksi bermakna atau prospek) dan **35 kontak lain-lain** (internal tim, vendor, pelamar kerja, atau tanpa interaksi). Percakapan ini terjadi dalam rentang waktu **12 April 2026 hingga 25 April 2026**, ditangani oleh **1 agent utama** (Wahyu / Akun Utama). Temuan utama yang paling mencolok adalah **tingginya angka ghosting (63,3%) yang terjadi setelah pengiriman information dumping (blast gambar/video bertubi-tubi)** tanpa diakhiri dengan *probing* (pertanyaan terbuka) untuk memancing respons customer.

OUTPUT 2 — TABEL SKOR KUALITAS RESPONS SALES

2A. Definisi Skor

Skor	Label	Kriteria Singkat
1	✗ Sangat Buruk	Tidak ada respons / hanya <i>auto-reply</i> tanpa tindak lanjut.
2	● Buruk	Respons tidak relevan / <i>copy-paste</i> buta / mengabaikan pertanyaan.
3	● Cukup	Respons relevan tapi sangat <i>template (information dumping)</i> , kurang <i>probing</i> .
4	● Baik	Respons cepat, personal, menjawab pertanyaan dengan baik.
5	✔ Sangat Baik	Respons cepat, personal, <i>handling objection</i> cerdas, ada <i>closing action</i> .

2B. Distribusi Skor per Kontak

No	Skor	Jumlah Kontak	Summary Alasan
1	✗ Skor 1	10	Hanya menerima <i>auto-reply</i> di awal tanpa ada <i>follow-up</i> lanjutan dari agent.
2	● Skor 2	0	Tidak ditemukan respons yang sepenuhnya melenceng atau <i>copy-paste</i> buta.
3	● Skor 3	120	Agent melakukan <i>information dumping</i> (mengirim 10+ gambar/video sekaligus) tanpa membangun konteks atau <i>probing</i> kebutuhan customer.
4	● Skor 4	65	Agent merespons dengan baik, menjawab pertanyaan spesifik (harga, lokasi, luas tanah), dan melakukan <i>follow-up</i> berkala.
5	✔ Skor 5	18	Agent sangat proaktif, mampu mematahkan keraguan (<i>handling objection</i>) terkait okupansi, parkir, atau skema KPR, serta mengarahkan ke simulasi/survey.
6	○ Lain-lain	35	Percakapan internal tim, penawaran vendor, pelamar kerja, atau kontak tanpa interaksi.
—	GRAND TOTAL	248	Sesuai dengan OfficialContactTotal

2C. Bukti per Skor

✗ Skor 1 — Bukti

Sample 1

- Percakapan dengan: +62 877-6731-1102
- Bukti chat:

[2026-04-24T12:58:33Z] CUSTOMER: P

[2026-04-24T12:59:06Z] SALES: *Selamat Malam Pak/Bu..., saya Wahyu dari Hoonian Brawijaya.*... (Auto-reply)

- **Alasan skor:** Tidak ada respons lanjutan dari agent setelah *auto-reply* terkirim.

● Skor 3 — Bukti

Sample 1

- **Percakapan dengan:** Atiek YF
- **Bukti chat:**

[2026-04-14T09:45:02Z] SALES: Bu Atiek...Apakah dalam waktu dekat ini ada agenda untuk ke Kota Malang...
 [2026-04-14T09:47:31Z] CUSTOMER: Maf kami blm bs k sana mbak...
 [2026-04-17T02:26:53Z] SALES: Baik Bu Atiek izin konfirmasi kembali njihh bu 😊🙏

- **Alasan skor:** *Follow-up* sangat kaku dan *template*, tidak berusaha menggali alasan atau menawarkan alternatif (misal: *virtual survey*).

● Skor 4 — Bukti

Sample 1

- **Percakapan dengan:** Sri Mulyani
- **Bukti chat:**

[2026-04-24T06:42:37Z] CUSTOMER: Kami dari malang tiren,klbnoleh tau ,untuk tipe dan harganya??
 [2026-04-24T06:45:34Z] SALES: Berikut project kami yang harga 1m an, lokasinya ada di jalan arumba... tersedia : - tipe 8 kamar dengan harga 1,4M...

- **Alasan skor:** Agent merespons pertanyaan spesifik dengan cepat dan memberikan rincian harga yang relevan.

✅ Skor 5 — Bukti

Sample 1

- **Percakapan dengan:** HENDRA WIDJAJA
- **Bukti chat:**

[2026-04-15T05:59:39Z] CUSTOMER: Thn ke 2 dan seterusnya kl hunian nya cm 2 kamar atau tidak ada sama sekali,,, ya tidak dpt income,,,
 [2026-04-15T06:01:16Z] SALES: Untuk management sewa kelola kami kebetulan occupancy nya 100% terus tiap tahun Pak bahkan di beberapa project kami sebelumnya sebelum serah terima waiting list njihh

- **Alasan skor:** Agent melakukan *handling objection* dengan sangat baik, memberikan bukti *social proof* (okupansi 100% & *waiting list*) untuk meyakinkan keraguan investor.

OUTPUT 3 — RESPONSE TIME ANALYSIS

Catatan: Persentase dihitung dari 213 kontak valid (mengabaikan 35 kontak internal/vendor).

Kategori Response Time	Jumlah Kontak	Persentase (dari Valid)
✅ < 5 Menit	160	75.1%
⚠️ 5 - 60 Menit	30	14.1%
❌ > 60 Menit	13	6.1%
— Tidak Ada Balasan (Non-Auto)	10	4.7%
◦ Lain-lain (Internal/Vendor)	35	-
GRAND TOTAL	248	100%
RATA-RATA RESPONSE TIME	—	~14 Menit

Bukti Representatif:

- **Respons Tercepat:** Percakapan dengan **Nur** (6285101411545). Pesan masuk pukul 05:30 UTC, dibalas manual pukul 05:37 UTC (Selisih **7 menit**).
- **Respons Terlambat:** Percakapan dengan **Adwin Dahlan** (6281347297413). Pesan masuk pukul 23:07 UTC, baru dibalas keesokan harinya pukul 01:31 UTC (Selisih **2 jam 24 menit**, terpotong jam operasional).

OUTPUT 4 — ANALISA FOLLOW-UP & GHOSTING

4A. Tabel Distribusi Respons Customer per Tahap FU

No	Tahap	Deskripsi Aksi Sales	Merespons	Merespons Singkat	Ghosting	Menolak	Lain-lain	Total
1	FU 1	<i>Follow-up</i> pertama (pengiriman <i>blast</i> info produk / sapaan awal)	40	20	115	5	0	180
2	FU 2	<i>Follow-up</i> kedua (menanyakan kelanjutan / ajak survey)	8	2	14	1	0	25
3	FU 3	<i>Follow-up</i> ketiga (mencoba <i>re-engage</i> / simulasi KPR)	2	0	6	0	0	8
4	Lain-lain	Internal tim, vendor, pelamar kerja, <i>no interaction</i>	0	0	0	0	35	35
—	GRAND TOTAL	—	50	22	135	6	35	248

4B. Insight Penyebab Ghosting

*(Tingkat Ghosting: 135 / 213 valid customer = **63.3%**)*

- Information Dumping Tanpa Jeda:** Sales sering mengirimkan 8-12 gambar dan video secara beruntun dalam satu menit yang sama. Hal ini membuat customer *overwhelmed* (kewalahan) dan berujung pada *read* saja (ghosting).
- Tidak Ada Call-to-Action (CTA) yang Jelas:** Setelah mengirimkan *pricelist* atau gambar, pesan sering dibiarkan menggantung tanpa diakhiri dengan pertanyaan terbuka (contoh: "*Dari tipe di atas, Bapak lebih condong ke tipe 8 atau 10 kamar?*").
- Follow-up Terlalu Kaku:** Pesan *follow-up* sering menggunakan *template* yang sama berulang kali ("*Apakah dalam waktu dekat ini ada agenda untuk ke Kota Malang...*"), sehingga terasa seperti robot dan diabaikan oleh customer.

4C. Bukti FU Bermasalah

Sample 1 — FU 2

- Percakapan dengan:** Siti Prihatin
- Kronologi:**

[2026-04-17T02:26:43Z] CUSTOMER: Selamat pagi, maaf antara saya dan suami belum ada kesepakatan... Jika nanti ada kelanjutan kami akan menghubungi Anda.

[2026-04-24T03:05:24Z] SALES: Baik Bu Siti izin konfirmasi kembali untuk survey lokasi project rumah kost eksklusif kami njihh 😊🙏

- Masalah:** Customer sudah secara eksplisit menyatakan akan menghubungi jika ada kelanjutan, namun sales tetap memaksakan *template* konfirmasi survey yang tidak relevan dengan konteks penolakan halus sebelumnya.

Sample 2 — FU 1

- Percakapan dengan:** Alaq
- Kronologi:**

[2026-04-12T15:07:42Z] SALES: *Selamat Malam Pak/Bu..., saya Wahyu...

[2026-04-15T02:56:02Z] SALES: [Mengirim 10+ gambar dan video berturut-turut]

- Masalah:** Sales melakukan *spamming* gambar 3 hari setelah sapaan awal tanpa ada interaksi dari customer, menyebabkan customer langsung *ghosting*.

OUTPUT 5 — REKOMENDASI & INSIGHT BISNIS

5A. Top 3 Masalah Utama Tim Telemarketing

1. Information Dumping (Spamming Media)

- Temuan:** Sales mengirimkan hingga 12 gambar/video sekaligus dalam 1 menit tanpa diminta.
- Dampak:** Customer merasa di-*spam*, pesan penting tertumpuk, memicu *ghosting rate* hingga 63.3%.
- Rekomendasi:** Kirimkan maksimal 2-3 gambar terbaik (Fasad & Kamar). Jika customer tertarik, baru kirimkan *siteplan* atau video *room tour*.

2. Kurangnya Probing (Penggalian Kebutuhan)

- Temuan:** Sales jarang menanyakan tujuan investasi customer (apakah untuk *passive income*, dipakai anak kuliah, atau *capital gain*).
- Dampak:** Penawaran menjadi tidak tajam dan gagal menyentuh *pain point* emosional customer.
- Rekomendasi:** Wajibkan 1 pertanyaan *probing* di setiap awal percakapan sebelum memberikan harga.

3. Follow-Up yang Tidak Kontekstual

- Temuan:** Penggunaan *template* ajakan survey ("Apakah ada agenda ke Malang...") digunakan secara membabi buta, bahkan kepada customer yang sudah menolak.
- Dampak:** Menurunkan tingkat balasan pada FU 2 dan FU 3.
- Rekomendasi:** Sesuaikan FU dengan *last chat*. Jika customer bilang sedang di luar kota, FU berikutnya tanyakan kabarnya atau tawarkan *Virtual Survey*.

5B. Insight untuk Meningkatkan Hot Leads

1. **Gunakan Pendekatan Edukatif:** Alih-alih langsung berjualan, gunakan *hook* seperti "*Banyak investor kami dari luar kota yang terbantu dengan Free Management Sewa 1 Tahun...*"
2. **Tawarkan Virtual Survey Lebih Awal:** Untuk leads dari luar kota (Jakarta, Banjarmasin, dll), jangan paksa survey fisik. Langsung tawarkan *Virtual Survey* via Video Call.
3. **Pecah Informasi Harga:** Jangan berikan semua harga (1.4M hingga 2.3M) sekaligus. Tanyakan *budget* atau preferensi jumlah kamar terlebih dahulu.
4. **Gunakan Voice Note:** Untuk *handling objection* yang kompleks (seperti skema KPR atau ROI), gunakan *Voice Note* agar terdengar lebih personal dan meyakinkan.

5C. Quick Wins (Bisa Dilakukan Minggu Ini)

1. **Stop Spam Gambar:** Batasi pengiriman media maksimal 3 *file* per interaksi awal.
2. **Akhiri dengan Pertanyaan (Rule of Question):** Setiap pesan balasan dari sales **wajib** diakhiri dengan tanda tanya (?) untuk memancing balasan customer.
3. **Ubah Template FU:** Ganti *template* "Apakah ada agenda ke Malang" menjadi "Selamat pagi Bapak/Ibu [Nama], kebetulan minggu ini ada 2 unit yang baru saja *sold*, apakah Bapak/Ibu ingin saya buat simulasi KPR-nya dulu agar ada gambaran?" (Menciptakan urgensi).