

Model Used

google/gemini-3.1-pro-preview

Chat data in tokens

🗨️ 167,574

Berikut adalah Laporan Audit Performa Tim Sales WhatsApp berdasarkan dataset percakapan yang diberikan.

SECTION 1 — Ringkasan Eksekutif

Audit ini mengevaluasi performa penanganan terhadap **117 kontak** oleh tim Sales (Reza). Secara keseluruhan, performa tim berada di bawah standar konversi yang diharapkan, dengan temuan paling kritis pada absennya ajakan *visit* lokasi di mayoritas percakapan (73.5% kontak tidak diajak *visit*). Tim terlalu bergantung pada pengiriman *template* brosur (fasilitas dan harga) dan pertanyaan tertutup ("tertarik tipe 5 atau 8 kamar?") tanpa melakukan *needs profiling* yang memadai atau inisiatif *call*. Rekomendasi paling mendesak adalah perombakan *script* pendekatan awal, penerapan SOP wajib *call* sebelum *pitching* harga, dan penegakan aturan wajib ajakan *visit* untuk setiap *lead* yang masuk.

SECTION 2 — A. Aturan Inti: Kepatuhan Ajakan Visit (HARD RULE)

Kategori Ajakan Visit	Jumlah Lead	Persentase
✅ Ajakan visit valid (aksi jelas + waktu spesifik + CTA)	19	16.2%
⚠️ Ajakan visit ada tapi tidak valid (lemah/tidak spesifik)	12	10.3%
❌ Tidak ada ajakan visit sama sekali	86	73.5%
Total	117	100%

Status Hard Rule: 🚫 TIM GAGAL RULE 001 (Kategori ❌ melebihi batas toleransi 0%).

SECTION 3 — B. Kecepatan Respon (Responsiveness)

Kategori Waktu Respon	Jumlah Lead	Persentase	Skor
≤ 5 menit	25	21.4%	5
6–15 menit	35	29.9%	3
> 15 menit	57	48.7%	1
Total	117	100%	—

Rata-rata waktu respon pertama tim: ~45 menit

Kategori performa tim: Lambat

Skor Rata-rata Kategori B: 2.5 / 5

SECTION 4 — C. Penggalian Kebutuhan (Needs Profiling)

Jumlah Variabel Tergali	Jumlah Lead	Persentase
3 variabel tergal (lengkap)	0	0.0%
2 variabel tergal	5	4.3%
1 variabel tergal	15	12.8%
0 variabel tergal	97	82.9%
Total	117	100%

Distribusi per variabel:

Variabel	Tergali	Tidak Tergali
Tujuan (investasi / pensiun / lainnya)	12 lead (10.3%)	105 lead (89.7%)
Budget	8 lead (6.8%)	109 lead (93.2%)
Waktu pembelian	0 lead (0.0%)	117 lead (100.0%)

Rata-rata variabel tergal per kontak: 0.17 dari 3

Skor Rata-rata Kategori C: 1.0 / 5

SECTION 5 — D. Aktivitas Call (Pendukung Visit)

Kategori Aktivitas Call	Jumlah Lead	Persentase	Skor
Call dilakukan + lead diarahkan ke visit setelahnya	0	0.0%	5
Call ditawarkan tapi tidak terlaksana / tidak ada tindak lanjut	0	0.0%	3
Tidak ada aktivitas call sama sekali	117	100.0%	1
Total	117	100%	—

Skor Rata-rata Kategori D: 1.0 / 5

SECTION 6 — E. Ajakan Visit (POIN PALING PENTING)

Kualitas Ajakan Visit	Jumlah Lead	Persentase	Skor
Jelas + spesifik (waktu, aksi, CTA) + diulang minimal 2x	19	16.2%	5
Ada ajakan visit tapi lemah (tidak ada waktu spesifik / CTA tidak jelas)	12	10.3%	3
Tidak ada ajakan visit	86	73.5%	0 (FAIL)
Total	117	100%	—

Skor Rata-rata Kategori E: 1.1 / 5

SECTION 7 — F. Deal Making dalam Chat

Kategori Deal Making	Jumlah Lead	Persentase	Skor
Ada closing question + next step jelas (mis. konfirmasi slot survey)	5	4.3%	5
Soft closing (ada dorongan tapi tidak ada next step konkret)	26	22.2%	3
Tidak ada upaya closing sama sekali	86	73.5%	1
Total	117	100%	—

Skor Rata-rata Kategori F: 1.6 / 5

SECTION 8 — G. Follow-Up Visit

Kategori Follow-Up Visit	Jumlah Lead	Persentase
Follow-up dilakukan + ada reminder H-1/H-0	0	0.0%
Follow-up dilakukan tapi tidak ada reminder	5	4.3%
Re-offer visit dilakukan setelah lead menunda	2	1.7%
Tidak ada follow-up visit sama sekali	110	94.0%
Total	117	100%

SECTION 9 — H. Skor Akhir & Status Audit Tim

Rekap Skor Per Kategori

Kategori	Skor Maksimal	Skor Tim	Persentase
B. Kecepatan Respon	5	2.5	50.0%
C. Penggalan Kebutuhan	5	1.0	20.0%
D. Aktivitas Call	5	1.0	20.0%
E. Ajakan Visit	5	1.1	22.0%
F. Deal Making	5	1.6	32.0%
Total	25	7.2	28.8%

Status Audit Tim

Status Tim: ● GAGAL

Alasan: Ajakan *visit* tidak ada sama sekali pada 73.5% kontak (Skor E = 0 pada > 30% kontak), melanggar *Hard Rule 001*. Selain itu, total skor performa tim hanya mencapai 28.8%, jauh di bawah standar kelulusan 70%.

SECTION 10 — I. Catatan Kesalahan Fatal & Rekomendasi

Kesalahan Fatal yang Ditemukan

No	Jenis Kesalahan Fatal	Jumlah Kontak Terdampak	Dampak
1	Absennya Ajakan Visit	86 kontak	Kehilangan momentum <i>conversion</i> karena <i>lead</i> hanya menerima informasi pasif tanpa diarahkan ke <i>funnel</i> berikutnya.
2	Tidak Ada Aktivitas Call	117 kontak	Gagal membangun <i>trust</i> dan <i>rapport</i> dengan <i>lead</i> bernilai tinggi (produk properti miliaran rupiah sangat sulit <i>closing</i> hanya via teks).
3	Premature Pitching	97 kontak	Sales langsung mengirim <i>template</i> harga dan fasilitas sebelum mengetahui <i>budget</i> atau tujuan investasi <i>lead</i> , menyebabkan <i>drop-off</i> tinggi saat <i>lead</i> merasa harga "kemahalan".
4	SLA Respon Lambat	57 kontak	<i>Lead</i> mendingin karena dibiarkan menunggu lebih dari 15 menit (bahkan ada yang berjam-jam) sebelum mendapat balasan pertama.

Rekomendasi Perbaikan

1. Script Perbaikan (langsung bisa dipakai)

- *Script Needs Profiling (Gunakan sebelum kirim harga)*: "Waalaikumsalam Bapak/Ibu. Terima kasih sudah menghubungi Fatihland. Agar informasinya tepat sasaran, boleh saya tahu Bapak/Ibu sedang mencari rukost untuk *passive income* bulanan, atau lebih ke persiapan aset pensiun nanti?"
- *Script Ajakan Visit (Valid & Spesifik)*: "Untuk melihat langsung kualitas bangunan dan simulasi *passive income*-nya, saya sarankan Bapak/Ibu *visit* ke lokasi. Kebetulan *weekend* ini (Sabtu/Minggu) ada slot kosong jam 10 pagi dan 2 siang. Bapak/Ibu lebih berkenan di hari apa?"

2. SOP yang Perlu Diperkuat

- **SLA Response Time**: Wajib membalas *lead* baru di bawah 5 menit. Gunakan *auto-reply* yang interaktif jika tim sedang *handling* klien lain.
- **SOP Mandatory Call**: Wajib meminta izin menelepon setelah 3-4 interaksi *chat* awal. (Contoh: "Bapak/Ibu, agar penjelasannya lebih enak dan tidak panjang di *chat*, boleh saya telepon 3 menit saja?").
- **SOP Anti-Template**: Dilarang mengirim *pricelist* atau *template* fasilitas panjang sebelum minimal 1 variabel *needs profiling* (Tujuan/Budget) terjawab oleh *lead*.

3. Rekomendasi Coaching

- **Consultative Selling**: Melatih tim cara menggali *budget* dan kebutuhan *lead* tanpa terkesan menginterogasi.
- **Handling Objection (Harga)**: Melatih tim cara merespons *lead* yang mengatakan "mahal" dengan mengedukasi *value* (ROI, *capital gain*, *autopilot management*) alih-alih langsung menyerah atau sekadar mengiyakan.