

PEDOMAN WAWANCARA PADA PENERAPAN CRM DALAM MEMPERTAHAKAN LOYALITAS PELANGGAN GOTOSOVIE TAHUN 2016-2017

Pertanyaan ditujukan untuk Founder dan CEO Gotosovie yaitu Bapak Andi :

1. Bagaimana perencanaan Strategi customer relations yang dilakukan oleh Gotosovie?
2. Siapa saja yang menjadi target dari program customer relations management di Gotosovie?
3. Siapa yang bertugas memperoleh data dan informasi mengenai pelanggan?
4. Apa tujuan dari pelaksanaan customer relations management Gotosovie? Mengapa menerapkannya?
5. Seberapa penting strategi CRM di perusahaan ini?
6. Bagaimana cara pihak Gotosovie melaksanakan strategi *customer relations management* tersebut? Dan apa saja bentuk CRM nya?
7. Apakah program tersebut dilakukan dalam jangka waktu panjang atau hanya dalam jangka waktu tertentu saja?
8. Menurut Bapak, teknologi apa saja yang ada di GotoSovie yang mendukung penerapan CRM?
9. Apa dampak yang ditimbulkan setelah adanya pelaksanaan program CRM tersebut?
10. Apakah ada peningkatan jumlah pelanggan setiap tahunnya?
11. Siapakah yang bertugas melaksanakan teknologi dalam program CRM di Gotosovie ? adakah yang bertanggung jawab dalam pelaksanaannya?
12. Bagian apa yang menangani komplain pelanggan?
13. Bagaimana cara Gotosovie dalam menghadapi komplain customer?
14. Menurut Bapak, hambatan-hambatan apa saja yang terjadi dalam penerapan CRM di perusahaan yang Bapak pimpin?
15. Bagaimana cara Gotosovie dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi dalam program CRM?
16. Menurut Bapak, apakah strategi CRM yang diterapkan perusahaan selama ini mampu meningkatkan loyalitas pelanggan?
17. Bagaimana cara Gotosovie mengevaluasi program CRM yang selama ini telah dilaksanakan?
18. Setelah melaksanakan evaluasi, bagaimana tindak lanjut Gotosovie atas hasil dari evaluasi tersebut?

19. Apa saja usaha yang dilakukan Gotosovie untuk meningkatkan loyalitas pelanggan selain penerapan strategi CRM?
20. Apakah kelebihan Gotosovie sehingga mampu bersaing dengan portal belanja online lainnya?
21. Apa harapan dari adanya program CRM ini?

Pertanyaan ditujukan untuk Co-Founder sekaligus Founder komunitas PPK Gotosovie yaitu Ibu Ewindha Sari :

1. Apa tujuan dari pelaksanaan event-event yang ada di komunitas PPK Gotosovie?
2. pa dampak yang ditimbulkan setelah adanya pelaksanaan event PPK yang melibatkan pelanggan?
3. Siapa saja yang menjadi target dari pelaksanaan event PPK di Gotosovie?
4. Berapa kali PPK membuat event yang melibatkan pelanggan Gotosovie?
5. Apakah ada strategi lainnya selain berfokus pada event komunitas? Mengapa memakai strategi tersebut?

Pertanyaan ditujukan kepada Pelanggan yang bersedia diwawancarai :

1. Sejak kapan Anda menjadi pelanggan Gotosovie?
2. Dari mana anda mengetahui Gotosovie?
3. Bagaimana pelayanan yang diberikan Gotosovie?
4. Menurut anda, apa yang menjadi kelebihan Gotosovie?
5. Berapa akumulasi belanja anda sejak menjadi pelanggan Gotosovie?
6. Apakah anda membeli produk Gotosovie lebih dari satu jenis?
7. Apakah anda Merekomendasikan produk Gotosovie kepada orang lain?
8. Apakah anda mempunyai koleksi tas dengan merk lain?
9. Apakah anda akan tetap membeli produk Gotosovie dalam jangka waktu lama?
10. Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Gotosovie?
11. Apakah anda pernah menyampaikan komplain kepada Gotosovie?
12. Apakah anda pernah menggunakan layanan repair di Gotosovie?
13. Bagaimana pihak Gotosovie menanggapi layanan repair yang anda minta?
14. Bagaimana pihak Gotosovie menanggapi komplain yang anda sampaikan?
15. Pelayanan seperti apa yang anda inginkan ketika belanja di Gotosovie?
16. Apakah anda pernah mengikuti event yang pernah diadakan Komunitas PPK dari Gotosovie?

17. Bagaimana tanggapan anda tentang event PPK Gotosovie?
18. Apakah anda pernah mengnnjungi pameran Gotosovie?

TRANSKRIP WAWANCARA TENTANG PENERAPAN CRM DI GOTOSOVIE

Pertanyaan dan Jawaban Hasil Wawancara dengan Founder/CEO Gotosovie yaitu Bapak Andi, adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan Strategi customer relations yang dilakukan oleh Gotosovie?

“Idenya simpel. Dulu saya juga bukan seorang yang bisa jualan. Inspirasi pertama adalah “saat kita udah senang berteman dengan orang, biasanya akan rela melakukan apapun, apa aja dikasih”. Nah dari sini timbul pemikiran bahwa kita harus punya strategi yang berbeda (dengan konsep pertemanan) yang nantinya akan membuat customer kita akan senang dengan kita, kalau sudah senang, loyalitas itu akan muncul dengan sendirinya. Dengan konsep pertemanan itu kita bungkus jadi sebuah strategi after selling seperti ERB, TRC itu ya, termasuk SOP-SOP pada saat menjalankan proses komunikasi itu. Kita mungkin baru menerapkannya 2-3tahun setelah Gotosovie berdiri. Tapi ternyata itu worth it. Kita juga selalu mengupgrade strategi ini jikalau dianggap sudah kurang menarik dan ketika ada ide segar lain dan masih berhubungan dengan komunikasi atau relasi antar perusahaan-customer”.

2. Siapa saja yang menjadi target dari program customer relations management di Gotosovie?

“Targetnya jelas customer yang sudah pernah beli. Karena penerapan strategi itu kan baru bisa dilakukan ketika pelanggan bertransaksi untuk pertama kalinya.”

3. Siapa yang bertugas memperoleh data dan informasi mengenai pelanggan?

“ Devisi Customer Service yang aktif menjalankan dan mendata serta memilah pelanggan baru maupun lama. Dibantu dengan sistem seperti analytic data dan sistem lain yang memudahkan input data. sejak awal sudah

dilakukan seleksi pelanggan mana yang dikategorikan sebagai pelanggan yang melakukan kunjungan ulang dan mana pelanggan yang baru. Kemudian setiap pelanggan di data secara individual seperti nama, alamat, nomer telepon, dan jumlah pembelian. Semakin lengkap data yang diperoleh maka akan semakin membantu kita untuk melakukan identifikasi dan menjalin komunikasi dengan pelanggan, terutama untuk menawarkan produk-produk baru.”

4. Apa tujuan dari pelaksanaan customer relations management Gotosovie? Mengapa menerapkannya?

“ Tujuannya sebenarnya kembali pada misi Gotosovie sendiri yaitu saya ketika bisa memberikan pengalaman belanja yang tidak terlupa kepada pelanggan sehingga tercipta repeat order dari pelanggan. Nah, dengan untuk mencapai misi itu tentu dibutuhkan strategi dan kiat-kiat yang mendukung karena mempertahankan pelanggan itu tidak mudah. Dengan punya konsep pelayanan dan mutu produk yang berbeda ini, saya dan team berharap pelanggan di 5 tahun kedepan tetap setia pada brand Gotosovie.”

5. Seberapa penting strategi CRM di perusahaan ini?

“ penting sekali. Kalau hari ini kita bicara bisnis, banyak sekali orang bisnis yang “yang penting jualan”, saya type nya bukan yang saya punya produk terus saya diskon besar-besaran, habis, kemudian ganti jualan apalagi, gitu terus gak ada habisnya. Nah disini saya lebih berinvestasi melalui brand yang punya karakter. Nggakpapa nggak rame terus, yang penting pelanggan kita di 10tahun kedepan itu masih percaya pada brand Gotosovie. Masih dibawa sampai bertahun-tahun. Realisasinya salah satunya adalah dengan penerapan sistem yang bagus. Salah satunya adalah CRM. Kita itu ibarat sedang pacaran dengan para pelanggannya, mereka akan terus jatuh cinta pada kita ketika kita beri kejutan atau moment-moment menarik selama berteman. pelanggan sudah cukup cerdas dalam memilih dan menentukan sebuah toko online yang dianggapnya layak untuk dipercaya mampu memenuhi kebutuhan

akan fashionnya terutama dalam hal kebutuhan tas yang simple dan menarik. Terlebih saat ini sudah semakin banyak pilihan toko-toko atau brand-brand yang memproduksi tas baik lokal maupun dari luar negeri, baik yang sudah bermerek maupun yang tidak bermerek, maka kita sebagai produsen harus cerdas dalam memilih strategi.”

6. Bagaimana cara pihak Gotosovie melaksanakan strategi *customer relations management* tersebut? Dan apa saja bentuk CRM nya?

“ Banyak perusahaan menggunakan CRM hanya sebagai sistem data base saja. Semua hal yang berkaitan dengan pelanggan dicatat, lalu dengan kesan yang customer centric, CS memanggil nama, mengucapkan selamat ulang tahun dan lain sebagainya. Namun CRM di sini kan bukan hanya sebatas itu. Investasi CRM yang mempunyai nilai besar ini dapat digunakan sebagai alat bantu dalam menjalin hubungan yang istimewa dengan pelanggan, mubazir bila digunakan hanya sebagai data base saja. Senjata utama kita ada 3, ERB, TRC sama IMP. Ketiganya ini punya tujuan memberikan kesan kepada customer kalau kita ini adalah pantas jadi bestfriend mereka. Pertama adalah memberi kesan kalau produk pesanan mereka akan segera dikirim, kemudian kesan saat produknya sudah datang, dan kesan menanyakan apakah produknya baik-baik saja atau butuh repair. Dalam pelaksanaannya juga diterapkan SOP-SOP yang sudah kami siapkan, dengan bahasa wanita yang elegan dan bersahabat tentunya.”

7. Apakah program tersebut dilakukan dalam jangka waktu panjang atau hanya dalam jangka waktu tertentu saja?

“ Untuk mempertahankannya pasti termasuk ke program jangka panjang ya.”

8. Menurut Bapak, teknologi apa saja yang ada di GotoSovie yang mendukung penerapan CRM?

“ Teknologi sekarang sudah canggih. Teknologi itu bisa berupa bantuan layanan tracking pelanggan dari beberapa ekspedisi pengiriman barang yang

dapat diakses dengan mudah oleh CS kami dalam membantu pengecekan barang saat perjalanan. sekarang ini layanan online seperti Go-Send juga memudahkan kami untuk pelanggan yang masih satu domisili, namun tidak sempat berkunjung ke showroom kami, (maklum kebanyakan customer kami memang mbak-mbak yang sudah kerja dan mbak-mbak yg sibuk dengan usahanya), Jadi mereka tetap bisa langsung bisa terima produknya di hari yg sama. Nah.. kami sendiri sekarang juga dibantu dengan teknologi dan kemampuan divisi digital marketing yang memudahkan iklan kami menjangkau pelanggan lebih luas di sosial media.”

9. Apa dampak yang ditimbulkan setelah adanya pelaksanaan program CRM tersebut?

“ Ada feedback yang bisa dirasakan langsung oleh saya, mbak CS juga, karena mereka yang secara langsung berhadapan dengan pelanggan, dan ada juga feedback untuk perusahaan. Kalau dari saya ya mbak, anda tau nggak perasaan senengnya seniman itu sangat simpel. Dapet tepuk tangan misalnya. Nah sama saya juga, apresiasi mereka dengan bilang ke saya untuk minta dibuka cabang ke Jakarta, terus ada tawaran-tawaran menjadi influencer, dan beberapa mereka bilang ke saya kalau mereka bangga pakai Gotosovie. Menimbulkan rasa bangga itu sudah feedback yang keren bagi saya. Begitu juga yang dirasa mbak CS, mereka ikut seneng dan bangga juga ketika banyak review positif bermunculan. Kalau untuk bisnis ini, berefeknya tanpa kita promosi yang besar-besaran mereka tetap banyak yang dateng. Ternyata ketika di survey mereka biasanya ikut belanja karena rekomendasi, dan tertarik mengikuti saran teman-temannya.”

10. Apakah ada peningkatan jumlah pelanggan setiap tahunnya?

“ Alhamdulillah ada. Untuk tahun ini paling banyak yang repeat order. Kita kebetulan baru dibantu oleh sistem analytic data kunjungan dan pembelian customer dari tahun 2016. Jadi tahun-tahun ini baru tahu ternyata yang repeat order banyak sekali.”

11. Siapakah yang bertugas melaksanakan teknologi dalam program CRM di Gotosovie ? adakah yang bertanggung jawab dalam pelaksanaannya?
- “ yang bertanggung jawab adalah manager marketing yaitu istri saya sendiri, Ibu Ewindha. Jadi dia fokus ke PPK, sekaligus merangkap manager marketing. Saya sebagai CEO lebih dibutuhkan di devisi belakang seperti produksi. Kalau yang melaksanakan 90% adalah customer service, karena jobdesk mereka memang disana.”*
12. Bagian apa yang menangani komplain pelanggan?
- “ Komplain juga kembali kepada customer service, namun jika dirasa butuh penanganan lebih ya pihak management bakal bantuin. Kita cari solusinya bareng-bareng.”*
13. Bagaimana cara Gotosovie dalam menghadapi komplain customer?
- “ Sejauh ini kita malah senang ya ketika ada komplain, kita jadi tahu kekurangan dan sesegera mungkin memperbaiki agar tidak nular ke pelanggan lain. Pertama adalah mencatat ke lembar komplain tujuannya buat data, baru ditindaklanjuti oleh bagian customer service. Kadang ditelepon, kadang juga hanya via chat. Yang jelas dalam menghadapi komplain kita harus berhati-hati. Harus sesuai SOP dan training yang sudah dijalankan.”*
14. Menurut Bapak, hambatan-hambatan apa saja yang terjadi dalam penerapan CRM di perusahaan yang Bapak pimpim?
- “ Kendala itu tetap ada, terutama ketika ditelepon untuk yang pertama kali. Karena tidak semua orang mau mengangkat telepon, terutama dari nomor-nomor yang belum dikenal. Semua strategi kita berkaitan dengan pelanggan, sedangkan pelanggan punya banyak karakter. Ada yang type nya sabar, ada yang tidak sabaran. apalagi kalau misal itu hubungannya dengan pihak ekspedisi, biasanya respon baik kami sudah tidak mempan. Karena memang namanya belanja online pasti melibatkan pihak ketiga yaitu pihak ekspedisi*

pengiriman barang. proses pengiriman masih menjadi faktor utama komplain, karena ketidakpastian estimasi barang akan sampai. Kadang ekspedisi juga mengalami keterlambatan dikarenakan faktor cuaca atau lainnya yang membuat kita maklum. Namun, kadang customer tetap tidak terima. Ya begitulah, kesabaran menanggapi dan ketelatenan menjaga komunikasi sangat dibutuhkan disaat seperti itu. Kalau kompetitor itu adalah hal biasa. Kompetitor memang kadang menjadi penghambat, tapi tidak akan terjadi kalau kita mau belajar dan improvisasi sedikit dari mereka. Kita mungkin tidak cepat besarnya karena memang tidak pakai sistem reseller. Kami lebih suka mempertahankan branding daripada cepat besar, tapi juga cepat tenggelam. Lebih baik stabil, tapi tumbuh dengan pasti. Yang lain, mungkin masalah sistem saja yang masih agak berantakan, dalam penyimpanan data pelanggan. ”

15. Bagaimana cara Gotosovie dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi dalam program CRM?

“ Saya membiasakan kepada semua divisi untuk tetap fokus, gercep, dan berinovasi dalam segala sesuatu. Termasuk untuk complain handling, dan hambatan-hambatan lain yang bisa setiap saat ada. Yang penting dikomunikasikan, nanti pasti ketemu jalan keluarnya.”

16. Menurut Bapak, apakah strategi CRM yang diterapkan perusahaan selama ini mampu meningkatkan loyalitas pelanggan?

“ Ya. Pasti ada efeknya. Dan sudah dibuktikan dengan sistem analytic kami dan rupanya pelanggan kita sebagian besar adalah pelanggan yang sudah pernah membeli maupun sekedar berkunjung. Traffic kita bagus dengan penerapan strategi itu.”

17. Bagaimana cara Gotosovie mengevaluasi program CRM yang selama ini telah dilaksanakan?

“Evaluasi yang kami lakukan biasanya satu minggu sekali, setiap divisi melaporkan setiap pencapaian targetnya harian, ada yang bulanan, ada yang satu minggu sekali. Evaluasi dilakukan pada saat meeting mingguan, jadi jika ada apa-apa langsung dicari solusinya bareng. Biasanya sih meetingnya lebih ke divisi marketing dan CS saja, karena mereka yang langsung ke lapangan. Tapi divisi lain juga harus tetap memberikan input juga. Kadang saya dan Ibu Ewindha yang nyamperin, gimana mas mbak, sudah sampai mana target, blablabla, lebih dengerin mereka juga”

18. Setelah melaksanakan evaluasi, bagaimana tindak lanjut Gotosovie atas hasil dari evaluasi tersebut?

“ Biasanya di akhir meeting kita pasti punya kesimpulan yang ditulis di papan dan lembaran yang ada di per divisi. Dan biasanya dalam proses meeting itu akan muncul solusi yang kemudian langsung bisa kita kerjakan, jadi kalau ada apa-apa tetep diselesaikan barengan.”

19. Apa saja usaha yang dilakukan Gotosovie untuk meningkatkan loyalitas pelanggan selain penerapan strategi CRM?

“ Selain strategi tadi ya?, kita juga ada membership. Ada PPK. Secara tidak langsung program-program itu juga ada pengaruhnya. Terlebih kalau di PPK, pelanggan bisa belajar hal-hal baru juga disana. Sekarang perempuan sudah semakin maju. Kami mencoba memfasilitasi dengan PPK dengan aktivitas yang bermanfaat.”

20. Apakah kelebihan Gotosovie sehingga mampu bersaing dengan portal belanja online lainnya?

“Sebenarnya Gotosovie nggak keren-keren banget kok mbak, hehe. Tapi seperti apa yang saya bilang tadi, kalau hari ini kita punya apa, gimana caranya 5 tahun kedepan itu kita tetap bisa bertahan dengan hal yang sama. Harus konsisten. Nah, Gotosovie ini brand baru yang mencoba tetap konsisten. Nggak harus rame, yang penting tidak tenggelam. Dan dengan

adanya penciptaan karakter Gotosovie ini, saya mencurahkan design, kualitas produk, sampai pelayanan yang menjadi pengalaman belanja yang tidak akan terlupa. Saya kira itu yang menonjol dari kami.”

21. Apa harapan dari adanya program CRM ini?

“ Harapannya lebih banyak pelanggan yang merasa puas dan bangga karena bisa memakai brand Gotosovie, baik itu dari segi mutu produk maupun pelayanannya. Kalau pelanggan puas, rasa loyal biasanya muncul dengan sendirinya.”

Pertanyaan dan Jawaban Hail Wawancara oleh Co-Founder sekaligus Founder komunitas PPK Gotosovie yaitu Ibu Ewindha Sari :

1. Apa tujuan dari pelaksanaan event-event yang ada di komunitas PPK Gotosovie?

‘PPK itu kan bagian dari Gotosovie dan Gotosovie sendiri punya misi menjadikan dunia perempuan menjadi lebih baik, dalam hal apapun. dari misi tersebut, PPK mempunyai visi women in powering. Anggota PPK adalah wanita yang mau aktif mengikuti kegiatan-kegiatan atau mau belajar.’

2. Apa dampak yang ditimbulkan setelah adanya pelaksanaan event PPK yang melibatkan pelanggan?

“...kadang saya juga menemukan beberapa peserta event PPK ini yang tadinya bukan pelanggan, tetapi karna setelah ikutan, jadi beli produknya Gotosovie. Walaupun kita nggak jualan di event PPK ini, tapi mereka jadi penasaran siapa sih Gotosovie ini, dan akhirnya beberapa ada yang tertarik dan menjadi new customer kami.”

3. Siapa saja yang menjadi target dari pelaksanaan event PPK di Gotosovie?

“ Target kita sebenarnya lebih ke new comers ya mbak, karena kalau untuk pelanggan lama sudah dikelola dengan bagian customer service. Jadi PPK ini secara tidak langsung turut mengenalkan brand Gotosovie ke masyarakat umum. Dan lebih ke bagaimana kita me’rising’ para perempuan diluar sana untuk terus berkarya.”

4. Berapa kali PPK membuat event yang melibatkan pelanggan Gotosovie?
“Kita selalu kasihtau ke mereka, hanya berbeda treatment saja dan menyesuaikan tema eventnya. Kalau event besar kita memang prefer ke pelanggan yang sudah menjadi member kami.”

5. Apakah ada strategi lainnya selain berfokus pada event komunitas?
 Mengapa memakai strategi tersebut?
“ Baru-baru ini kita juga ada Charity Event bareng yayasan Senyum Kita dan bekerja sama juga dengan yayasan KitaBisa.com. Kita mengadakan tidak lebih untuk membangun relasi juga dengan pihak yayasan, membantu memperluas jaringan dan bisa bermanfaat untuk orang lain.”

Pertanyaan dan Jawaban oleh Pelanggan yaitu Mbak Citra :

1. Sejak kapan Anda menjadi pelanggan Gotosovie?
“ kurang lebih 5 tahun ada mbak.”

2. Dari mana anda mengetahui Gotosovie?
“ Temen saya mbak, kemudian saya juga melihat produknya, ternyata produknya bagus, produknya itu gak banyak di pasaran, akhirnya saya beli deh.”

3. Bagaimana pelayanan yang diberikan Gotosovie?
“...ngerasa diperhatiin banget mbak, padahal kan cuma belanja online ya. Dan sering sih pas aku pake tas Gotosovie langsung ditanyain sama temen-temen, eh beli dimana tasnya, jadinya aku rekomenin sekalian. Sekarang sekantor jadi pada beli juga, tasnya samaan. Hehe. Aku juga beli kaosnya Gotosovie, accesories juga, wah pokokya udah banyak koleksinya. produknya bikin nggak bisa nahan buat nggak beli sih..”

4. Menurut anda, apa yang menjadi kelebihan Gotosovie?
“Gotosovie itu beda dengan toko online yang lainnya, kalau yang lainnya itu, akan lepas tanggung jawab begitu konsumen membayar dan produk yang dipesan sudah sampai ke pelanggan. Tapi Gotosovie lain, saya ditanya apakah produknya sudah sampai atau belum, kemudian saya juga

ditanya, bagaimana kondisi dari produk tersebut. Nah, hal ini membuat saya merasa diperhatikan, gitu mbak, di beberapa bulan berikutnya pun saya kadang masih disapa dan ditawarkan promo-promo menarik biar selalu update”

5. Berapa akumulasi belanja anda sejak menjadi pelanggan Gotosovie?
“ sekitar 2 juta an lebih mbak. Hehe.”
6. Apakah anda membeli produk Gotosovie lebih dari satu jenis?
“jumlah koleksi tas produk Gotosovie yang saya miliki sudah lebih dari satu jenis mbak, kurang lebih kalau di nominalkan sekitar dua jutaan. Walaupun saya juga mempunyai tas dari merek lain, namun yang saya suka tetap produk dari Gotosovie.”
7. Apakah anda Merekomendasikan produk Gotosovie kepada orang lain?
“ Iya. Soalnya emang bagus dan awet. Pelayanannya juga ramah. Biasanya kalau belanja online nggak pernah sepuas ini.”
8. Apakah anda mempunyai koleksi tas dengan merk lain?
“ Ada mbak.. Tapi tetep produk Gotosovie yang favorit.”
9. Apakah anda akan tetap membeli produk Gotosovie dalam jangka waktu lama?
“ Iya dong. Belum ada yang bisa menandingi nih.”
10. Apakah anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Gotosovie?
“ Iya mbak, dengan pelayanan yang seperti ini, saya merasa puas dan tentunya saya akan juga mengajak teman dan saudara saya untuk membeli tas di Gotosovie. Pokoknya Gotosovie itu, siip banget mbak, dan seandainya saya ditawarkan produk lagi, saya pasti akan membelinya.”
11. Apakah anda pernah menyampaikan komplain kepada Gotosovie?
“oh pernah mbak, waktu itu komplain karna barangnya nggak nyampek-nyampek.”
12. Apakah anda pernah menggunakan layanan repair di Gotosovie?
“Kebetulan kalau layanan repair saya belum pernah. Tasnya awet-awet.”
13. Bagaimana pihak Gotosovie menanggapi layanan repair yang anda minta?
“Kebetulan kalau layanan repair saya belum pernah. Tasnya awet-awet.”

14. Bagaimana pihak Gotosovie menanggapi komplain yang anda sampaikan?
“Kalau saya mungkin bukan komplain yang berat ya mbak, lebih ke konfirmasi aja. Tapi saya paham kalau soal pengiriman memang sudah melibatkan pihak ketiga seperti yang dibilang CS nya Gotosovie. Jadi ya sudah, nggak nyalahin siapa-siapa karena memang resiko belanja online ya begitu. Pas saya komplain, Cs nya memberikan penjelasan yang relevan jadi saya bisa lebih sabar aja nunggunya.”
15. Pelayanan seperti apa yang anda inginkan ketika belanja di Gotosovie?
“Sudah cukup puas dengan layanannya mbak. Rata-rata onlineshop belum ada yang seperti Gotosovie sih.”
16. Apakah anda pernah mengikuti event yang pernah diadakan Komunitas PPK dari Gotosovie?
“Pernah mbak. saya pernah mengikuti pameran dan event-event yang diselenggarakan PPK, cukup bagus acaranya dan memberikan manfaat bagi saya.”
17. Bagaimana tanggapan anda tentang event PPK Gotosovie?
“Eventnya pasti selalu bermanfaat, cocoknya memang untuk perempuan-perempuan yang punya passion di bidang entrepreneur. Sponsornya pun juga keren-keren.”
18. Apakah anda pernah mengunjungi pameran Gotosovie?
“pernah mbak. Sering. Karna kalau pas pameran pasti penawaran diskonnnya lebih banyak.”

BEBERAPA CONTOH SOP PELAYANAN YANG ADA DI DESKTOP PC DEVISI CUSTOMER SERVICE

#MASALAH TAS DENGAN GTO KURANG BAGUS

1. langsung dibikinkan strap baru+GTO baru (diinfokan jika warna/jenis bahan strap tsb tdk ada apakah mau dgn bahan/warna yg serupa)
2. tidak bayar ongkir, strap baru+ongkir adalah free
3. untuk customer yg marah/rewel kasih gift aksesoris, customer baik2 saja kasih voucher 75K

#SOP BALASAN KETIKA ADA KOMPLAIN GTO

Hallo sis, mohon maaf atas ketidaknyamanannya atas permasalahan pengait strap (GTO) ini, kami akan segera menyampaikan ke devisi riset.

Kami akan segera mengirimkan strap baru sebagai pengganti. Mohon diinformasikan untuk detail tasnya ya sis :) (detail tas: foto, nama tas, warna strap)

#SOP INFO PESANAN SUDAH DIKIRIM

Hai sis, selamat sore. Item pesanan tasnya sudah dikirimkan dari warehouse kami hari ini. No resi xxx dikirim via JNE Reg, estimasi pengiriman 3-4 hari kerja. Mohon ditunggu ya :)

#SOP MENANYAKAN BARANG SUDAH SAMPAI (AFTER 3 DAYS)

Hai sis, selamat sore. Item pesanan tasnya sudah dikirimkan dari warehouse kami hari ini. No resi xxx dikirim via JNE Reg, estimasi pengiriman 3-4 hari kerja. Mohon ditunggu ya :)

#SOP SUDAH SAMPAI PESANAN

-Hallo sis Bika, wah lega banget, terimakasih atas kabarnya, semoga suka :)

-Oya untuk lebih baik ke depannya, item-item dan warna apa sih yang sis sarankan untuk ada/lebih banyak rilis di Gotosovie?

percakapan mengalir

SOP IMP3

-Halo selamat siang, apakabar sis. Btw bagaimana tasnya, apakah nyaman dan cocok dipakai? sudah dibawa jalan kemana saja nih? Share pengalaman boleh lho :)

-Btw ada saran dan masukan? untuk lebih baik ke depannya, item-item dan warna apa sih yang sis sarankan untuk ada/lebih banyak rilis di Gotosovie?.

-Oh iya btw demi meningkatkan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan, Gotosovie sedang mengadakan survei kepada customer. klik link berikut untuk mulai mengisi kuisioner.

<https://goo.gl/X00mV4>

-Btw, jika ada event terbatas ataupun special offer di Gotosovie, apakah sista berkenan untuk tahu?

#SOP AFTER SALES 4 MONTHS (PREPARE ERB)

Hai sis Bika, apakabar? Btw tas Elsanya sudah dpakai kemana saja? *percakapan mengalir*

selamat siang sis, saya bika cs yg sedang bertugas.

untuk menjadi member cukup melakukan pembelian dengan akumulasi total pembelian mencapai 2.000.000.

keuntungannya adalah akan mendapatkan diskon 10% untuk pembelian selanjutnya dan diskon 20% untuk pembelanjaan di bulan ulang tahun. (berlaku untuk produk harga normal)

dan bisa mengumpulkan poin yg nantinya poin tersebut bisa ditukarkan dengan item tas Gotosovie :)

selamat sore kak, saya niken cs yg sedang bertugas. demi meningkatkan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan, Gotosovie sedang mengadakan survei kepada customer. klik link berikut untuk mulai mengisi kuisioner.

[https://goo.gl/X00mV](https://goo.gl/X00mV4)

4

selamat pagi sis, saya bika cs yg sedang bertugas

OPEN PO baby Nao tanggal 1-4 Desember 2016 dengan harga hemat 199.900 saja (harga normal 319.900).

Estimasi pengiriman tanggal 20 Desember 2016.

Ukuran tas 17 x 26 x 10 cm. Handle pendek 12 cm. Strap yang bisa dipanjang-pendek 76 - 142 cm. (kuota 50 pcs saja)

Selamat malam sis, saya Ajeng cs yang sedang bertugas

PROMO CHIAORY BOLD MAROON sampai tanggal 9 Juni saja, harga hemat 549.900 saja +free totebag dan free Amplop Gotosovie yg cantik. (harga normal 319.900).

Ukuran tas 29 x 37 x 11 cm. tersedia sekat laptop didalamnya yg muat 14 inch. bahan dari synthetic leather di mix dengan bahan parasit berkualitas. Kuota promo tersisa 10 pcs saja ^^

mohon dibantu mengisi form order berikut ya ^^

1. Nama Lengkap Penerima
2. Alamat lengkap Penerima
3. Kode POS Penerima
4. Kota Penerima
5. Provinsi Penerima
6. Telp Penerima
7. Nama produk
8. alamat email yg aktif

(ATAU KIRIM
FORMAT BERUPA
GAMBAR PADA
FOLDER SOP
GAMBAR)

-JIKA ADA YG REVIEW-

terimakasih sekali dear atas atas reviewnya, jika berkenan mereview produk GTS yg lain di Fanpage kami,

klik link berikut <https://www.facebook.com/pg/gotosovie/reviews/> . Terima kasih ^^

batas maksimal pembayaran 1x12 jam. berkenan konfirmasi pembayaran jam berapa mba?

baik sis, mohon di bantu mengisi form member <https://goo.gl/forms/NOwqAh6fv4hcHeId2> , dan jika sudah mengisi form member harap memberi tahu kami kembali :)

<https://goo.gl/forms/t1CSbDZhxvFIMWat1> --> Early Sovieciety

<https://goo.gl/forms/CUfo5JpjFWfXqJAc2> --> Middle Sovieciety

untuk total belanjaan mba gemala sudah mencapai 1.863.000 dan baru bisa bergabung menjadi member early soviecity dengan mendapatkan diskon 5% dalam setiap pembelanjaan nya, mungkin berkenan menambah koleksinya sehingga akumulasi pembelanjaan mecapai Rp. 2.000.000 maka sis berhak menjadi member midle sovieciity dengan keuntungan yg lebih besar :)

untuk menjadi member cukup melakukan pembelanjaan dengan akumulasi total pembelanjaan mencapai 2.000.000.

keuntungannya adalah akan mendapatkan diskon 10% untuk pembelian selanjutnya dan diskon 20% untuk pembelanjaan di bulan ulang tahun. (berlaku untuk produk harga normal)

dan bisa mengumpulkan poin yg nantinya poin tersebut bisa ditukarkan dengan item tas Gotosovie :)

#SOP PERAWATAN TAS

untuk perawatan Tas jangan diletakan pada tempat yg lembab, minimal 2 minggu 1x tas di angin-anginkan dan apabila tas terkena air/hujan segera di lap, jika tas kotor(kecuali tinta) bisa di bersihkan menggunakan minyak kayuputih yg diletakan pada kapas dan diusapkan pada bagian yg kotor :)

dear mba... terimakasih atas petemanan kita selama ini dengan menjadi member soviecity. kami Gotosovie senang sekali karena mba... sudah menjadi bagian keluarga kami.

saat ini kami sedang mengupgrade member Gotosovie dengan memberikan platform khusus agar lebih memudahkan pendataan. disini kami meminta sedikit bantuan mengisi form member berikut <http://member.gotosovie.com/amember/signup>, agar kami tetap bisa memberikan pelayanan terbaik kami untuk soviecity.

jika sudah melengkapi kami mohon ketersediannya mengkonfirmasi kembali kepada kami dengan menyertakan username dan no invoice kami, agar kami dapat membantu untuk aktivasi status members nya :)

untuk selanjutnya pihak kami sewaktu-waktu akan memberi kabar via telfon dengan no 0274 545136 untuk menjelaskan terkait proses pengiriman item pesanan , mohon ketersediannya supaya jika ada sesuatu dalam proses pengiriman pihak kami bisa langsung handle :)

selamat pagi sis. Jam pelayanan Gotosovie baru saja kami mulai kembali pagi ini. Mohon maaf ketidaknyamanan atas keterlambatan responnya. By the way saya Tiara, CS yang sedang bertugas :)

selamat pagi sis . Jam pelayanan Gotosovie baru saja kami mulai kembali pagi ini. Mohon maaf ketidaknyamanan atas keterlambatan respon tadi malam. By the way saya Citra, CS yang sedang bertugas.

selamat pagi sis . Jam pelayanan Gotosovie baru saja kami mulai kembali pagi ini. Mohon maaf ketidaknyamanan atas keterlambatan respon tadi malam. By the way saya Vani, CS yang sedang bertugas.

untuk harga Rp. 369.900 disc 10% sis, menjadi Rp. 332.910

ERB

selamat siang sis Othiyfazrin, apakabar?

Bagaimana kondisi tas Gotosovienya?

kami ingin menginfokan bahwa ada penawaran menarik khusus untuk sista.

Sebagai ungkapan terima kasih kami sudah berbelanja di Gotosovie.

Spesial Offer 30% untuk item tas yang dikehendaki.

Promo berlaku 1x24 jam saja.

Berkenan saya bantu rekomendasikan itemnya?

GOTOSOVIEPRIVATEPROMOTION

#erb

hai novita selamat sore, apakabar? bagaimana kondisi tas Gotosovienya?

(enter)

kebetulan menginfokan ada penawaran special diskon 30% all produk tas. sebagai ungkapan terima kasih kami kepada mba.

baik mba, terima kasih kembali. jika nantinya berkenan order, jangan ragu menghubungi kami kembali :)

halo sis selamat pagi, apakah sudah menentukan pilihan untuk diskon 30%? all item tas diskon, dan boleh ambil lebih dari 1 pcs. oh iya bisa ditawarkan ke teman juga lho. ^^

item yg berkenan di previewkan mohon di send ulang pic nya ya kak. agar kami infokan sekalian dg harga diskonnya :)

TELP SCRIPT

Oya.. resi & detil lainnya akan saya konfirmasikan siang ini by phone, mbak.. setelah warehouse menginfokan paket sudah di kirim.

mohon bantuannya ya.. untuk bisa menerima telepon di (0274) 545136, agar mempermudah kami menjelaskan infonya, & memastikan bahwa paket aman sampai tujuan jika ada keterlambatan dari kurir.

Mungkin siang ini bisa kami telpon jam 2?

Mungkin sore ini bisa kami telpon jam 5?

Atau mungkin jam 7 malam?

Selamat siang.

Halo mbak,

Saya Andrea dari Gotosovie. Terimakasih sebelumnya, atas waktunya mbak.

Baik mbak, saya cuma akan menginformasikan saja, kalau

- paket yang berisi Eriko Brown sudah dikirim dari warehouse siang/sore ini tadi jam 2

- lewat JNE yes

- dari Yogyakarta ke alamat tujuan Jakarta... blabla

- atas nama mbak

- nomor resi 2040340

- dan estimasi dari JNE, sekitar 5 hari maksimal

Mohon kesabarannya menunggu ya mbak..

Mungkin ada yang mau ditanyakan?

Jika tidak.. nanti jika ada sesuatu yang kurang paham, atau butuh bantuan, saya atau CS Gotosovie siap membantu di wa 08549939

Dan kalau tidak keberatan, kami akan lega sekali, jika mbak bisa memberitahu kami kabar baiknya jika paket sudah diterima. Hehehe

Syukur2 lagi, jika pas lagi kencan berdua bareng Eriko, bisa tag kami di instagram Gotosovie :)

Baik, mohon ditunggu ya mbak...

Terimakasih atas waktunya. Selamat beraktivitas kembali.

Selamat sianG

E. RESPON :

Sebuah pertanyaan dari customer kadang merupakan 50% minat mereka terhadap produk kita. Deal selling 50% lagi tergantung bagaimana kita mengarahkan persepsi mereka. **Tugas marketing** adalah meng-counter semua pertanyaan customer sehingga menjadi sebuah solusi yang dia pahami dan yakini kebenarannya, dalam waktu yang sesingkat-singkatnya.

Informasi barang :

Jawaban buruk :

A : Sis, ini bahannya apa ?

B : dari karton karton tebal sis.

(ini hanya memuaskan 1% dari keingintahuan customer. Dia pasti akan kembali bertanya terus mengenai hal2 yang masih bersangkutan. Terus bertanya berarti adalah PEMBOROSAN WAKTU).

Jawaban bagus :

A : Sis, ini bahannya apa ?

Q 1: Dear sis Sisca. Bahan laci dari karton press **setebal 1 cm**, sis. Yang jelas **kokoh, ringan, dan tidak tekor di pengiriman**. Utk bahan motif adalah mesin offset besar, sehingga **warna yang dihasilkan cerah dan tajam**.

Hari ini **hanya tinggal 10 pcs**, sis. Kebetulan item ini yang **paling diminati (klik link testimonial customer :)**. Tertarik untuk **ikutan mengambil ? terimakasih**. OF / OM - - gotosovie.com, Belanja ONLINE aman dan nyaman.

Q 2 : Dear sis Sisca. Bahan tasnya lembut banget sis, dari kain cordoray. Jaminan kerapian

jahitan dan kualitas bahan yang dipilih oleh vendor jg terjaga. (klik link testimonial customer :). Jd pas banget kalau dibawa ke kampus/aktivitas harian.

Btw hari ini yg tersedia di rak tinggal 3 pcs, sis.. barusan diborong Mau sekalian diambil ?
terimakasih. OF/ OM - -gotosovie.com, Belanja ONLINE aman dan nyaman.

Q3 : Dear sis Sica. Bahan Fremoo ini dari karton press setebal 1 cm. Jd kokoh, tidak pecah/rusak, ringan, jd murah di pengiriman. Bahan motif adalah offset, jd warna yang dihasilkan lebih cerah dan tajam. Untuk finishing luar kami menggunakan doff plastik, sehingga tdk mudah rusak jika terkena air.

Btw kelebihan frame ini adalah muatan personalnya, jd sis bisa kasih kata-kata spesial sis sendiri, atau buat yang tersayang. Tertarik sis ? terimakasih.

OF/ OM - -gotosovie.com, Belanja ONLINE aman dan nyaman.

*(teknakan hal yg mudah di pahami konsumen akan manfaatnya. **INGAT : mereka DEFENSIF !!!** Seharusnya dalam satu jawaban pendek jawaban diatas, sudah tekandung : 1) kehangatan sapaan 2) manfaat, tidak hanya fitur 3) Limit / batas 4) referensi bahwa item/produk ini sangat diminati dan testimonial yang mendukung 5) final : ajakan untuk membeli 6) ucapan yang mempersepsikan bahwa kita profesional)*

Barang instock :

Jawaban buruk :

A : Sis, yang ini masih ada ?

Q : Masih sis.

(Titik. Tidak ada kelanjutan yang memuaskan kehausan persepsi customer. Pikiran bawah sadar mereka akan terus merasa penasaran. Mereka akan sering bertanya dan bertanya, yang mengakibatkan PEMBOROSAN WAKTU).

Jawaban bagus

A : Sis, yang ini masih ada ?

Q : Dear sis Sisca, Stock hari ini hanya tinggal 10 pcs di rak. Tertarik untuk ikutan mengambil ?
terimakasih.

OF/ OM - -gotosovie.com, Belanja ONLINE aman dan nyaman.

(Ada yang berbeda disini. Semua jawaban menyiratkan sebuah pesan. Kesan bahwa produk ini sangat diminati, dan kita menawarkan mereka untuk segera membeli, ... ATAU BAKAL KEHABISAN !)

Barang outstock :

Jawaban buruk :

A : Sis, yang ini masih ada ?

Q : Maaf sis, habis. Kebetulan banyak yang pesan hari ini. Atau mau inden ? atau pilih yang lain ?

(oo... sudah habis. Ya, sud lahh ! ntr aja dehh)

Jawaban bagus :

A : Sis, yang ini masih ada ?

Q : Dear sis Sisca, wahh.. barusan sudah terborong habis, sis. Atau mau kami sertakan dalam list inden berikutnya ? kami akan segera konfirmasi nanti pada sis setelah barang ready.

Mungkin sis berkenan melihat item-item yang lain ? Ada jenis yang hampir sama, yg kebetulan masih tersisa 2 pcs di rak (link picture : [http.....](http://...)). Klo sis tertarik, kami akan segera book-kan statusnya untuk sis.

Terimakasih. OF/ OM - -gotosovie.com, Belanja ONLINE aman dan nyaman.

(persepsi yang pertama tersirat di pikiran customer adalah 1) ini produk laku sekali, dan barusan dia ketinggalan karena sudah terborong habis. 2) kalau dia mau, dia harus cepat-cepat antri biar tidak keduluan yang lain 3) bahwa dia diingat, dan didahulukan 4) kalau dia malas menunggu, masih ada item lain yang sama kok. Cuma dia harus cepat-cepat book agar tidak kehilangan lagi.)

Menunda-nunda :

Jawaban buruk :

A : Sis, aku pesan ini dulu ya. Tapi aku tak liat-liat dulu yang lain.

Q : Silahkan sis ☺

(Persepsi yang dia terima adalah : Ini toko santai, kok. Paling Cuma toko iseng. Terserah gue kapan mau bayar dong)

Jawaban bagus :

A : Sis, aku pesan ini dulu ya. Tapi aku tak liat-liat dulu yang lain.

Q : Silahkan sis Sisca. Take your time to see our beauty stuff ☺

Btw untuk lama pembayaran status book adalah 1 x 24 jam, atau jam 12 siang esok hari, atau kami anggap cancel order. Re-order item yang sama bisa dilakukan kembali, dengan catatan : apabila item masih tersedia dirak. Terimakasih ^^

OF / OM - gotosovie.com, Belanja ONLINE aman dan nyaman.

(Mengarahkan customer plin-plan bukanlah prioritas marketing. Mohon diingat : Tipikal membeli mereka adalah karena ikut-ikutan / tren. Apabila sudah ada referensi yang kuat tentang kepuasan orang lain/produknya sudah diakui orang lain, dengan sendirinya dia akan menjadi pelanggan setia kita. TAKE A PRIORITY!. PILIH YANG PALING POTENSIAL !)

Pengiriman :

A : Ke Jakarta berapa sis ?

Q salah : 8 ribu sis.

Q benar : Dear sis Sisca, Via TIKI 15 ribu/kg, tapi via Kurir parter kami : 8 ribu/kg. (catatan: dengan kualitas layanan dan kecepatan pengiriman yang sama).

Lumayan, hemat 7 ribu sis ^^.

(ingat : SELALU hanya manfaat yang ada dalam otak customer kita. Berikan terus manfaat / kelebihan kita yang memanjakan ego mereka. Lebih irit, lebih untung, lebih cepat !).

A : Wah, ke Palu mahal sekali, sis...

Q salah : iya sis. Dari sana sudah begitu sis. Atau kami carikan yang lebih murah *(mungkin benar. Tapi ini PEMBOROSAN WAKTU, jika kuotanya Cuma 1 pcs)*

Q benar : iya, sis Sisca. Dari cargo kami sudah discharge segitu ^^ . Lewat pos mungkin lebih murah. Tapi mungkin agak sedikit lama paket sampai di tujuan, dan kami tidak bisa menjamin kualitas/perlakuan paket selama dalam pengiriman. Selain penambahan bahan pengamanan, Replace 100% item hanya kami berlakukan via kurir partner kami saja.

Bagaimana sis ?. Terimakasih.

(Persepsi yang ingin disampaikan adalah : Walau mahal, kurir pengirimannya bagus !)

A : sis, ke daerah X (tidak terkenal) berapa ya ?

Q salah : *(lama merespon karena sibuk tanya2 pengiriman dulu)*. Sebentar, kami cari info dulu, sis.

Q benar : Kebetulan input database kami untuk daerah tsb belum ada, sis sisca. Untuk pengiriman ke Padang (*sebutkan daerah paling dekat*) adalah 28 rb/ 1 kg. Kalau sis berkenan, boleh kami charge-kan terlebih dahulu untuk pengiriman sebesar Rp.50 rb sbg deposit ? Apabila ada kelebihan uang, akan kami transfer balik kembali ke rekening sis ^^ . Terimakasih.

OF / OM - gotosovie.com, Belanja ONLINE aman dan nyaman. Jogjakarta – Indonesia.

(EFISIENSI waktu adalah hal paling utama. Mereka tidak akan keberatan deposit dahulu, apabila kita memintanya dengan sopan)

Custom Order :

A : Sis, aku mau boombox, cm ukurannya digede`in 1 cm lagi. Bisa tidak ?

Q salah : Bisa sis. Ukuran berapa ya sis ? (*ini hanya percakapan awal. Selanjutnya, kita akan terjebak dalam permintaan dia yang tidak-tidak. Ingat : EFISIENSI paling penting.*)

Q benar : Bisa sis, sisca. Tergantung bentuknya. Cuma untuk custom order, minimal pemesanan adalah 20 pcs.

Kalau sis hanya menginginkan spesial 1 pc saja, kami juga bisa membantu. Cuma akan kami kenakan charge 20 rb/desain. Terimakasih.

OF / OM - gotosovie.com, Belanja ONLINE aman dan nyaman.

(kita akan meng-counter dulu permintaan dia yang tidak-tidak. Kalau orang yang serius, dia akan segera merespon dengan tegas, terus atau batal. Sedangkan yang plin-plan akan dipaksa untuk berpikir sendiri tanpa bertanya2 ngawur).

A : Sis, aku mau pesan dalam jumlah banyak. Kira2 harga persatuannya berapa ya ?

Q salah : (*terus chatting. Waktu anda akan habis untuk fokus ke 1 customer, yang belum tentu akan memesan*)

Q benar : (*jawab pertanyaan beberapa kali. Kalau dia tipikal orang bingung, suka ngobrol, maunya ngepress harga, langsung arahkan dia ke email manager. Sebuah surat lebih memberikan kita banyak waktu utk membagi konsentrasi dengan order yang lain*).

Dear sis sisca, untuk wewenang mengenai negosiasi pemesanan lebih lanjut, boleh kami sarankan untuk menghubungi manager kami via email : info@gotosovie.com? Kami akan segera menyampaikan perihal ini kepada beliau yang bersangkutan.

Terimakasih atas kepercayaannya, sis.

OF/ OM - Gotosovie.com, Belanja ONLINE aman dan nyaman.

Testimonial / pujian :

Comment : tasnya sudah dateng, sis. Keren bangetttt ! makasih ya... Gak

Nyesel beli disini.

Answer salah : Terimakasih kembali sis ^^

Answer benar : dear sis Sisca. Wahhh.... Tasnya sudah diterima ya ? bagaimana? Dalam kondisi baik kan sis ?... Leganya kalau sis puass ^^ Terimakasih atas kepercayaannya berbelanja di gotosovie.com-Belanja ONLINE aman dan nyaman. Ijinkan kami melayani lebih baik lagi di kunjungan sis berikutnya.

(ada antusias kita untuk memahami perasaan mereka saat ini, yaitu KEPUASAN dan KELEGAAN bahwa barangnya sudah diterima. Yang selanjutnya adalah persepsi yang ditanamkan ke pikiran mereka bahwa : kita akan melayani lebih baik lagi on next visiting !)

#SOP MEMBER BARU

(EARLY MEMBER - MENUJU 2JT)

Selamat pagi sis Sovie.

kami ingin menginfokan, ada penawaran join member GOTOSOVIE. ada 3 pilihan join member,

sebagai berikut.

*kirim pricing

*kirim S&K

Berkenan join membership (1),(2), atau (3) dear? ^^

jika berkenan, kami akan kirimkan form membebernya.

#SOP MEMBER LAMA

(SUDAH 2JT)

Selamat pagi mba Sovie.

saya ajeng cs yg sedang bertugas. bagaimana kondisi tas gotosovienya?

selama pemakaian apakah ada keluhan?

atau mungkin saran untuk kami?

(percakapan mengalir)

kebetulan kami ingin menginfokan tentang membership sovieciety.

dari database kami, akumulasi pembelanjaan mba Sovie sudah mencapai Rp.2.100.000 dg total belangan tersebut mba Sovie sudah berhak berada pada tahap sovieciety middle. dan mba Sovie berhak mengupgrade member soviecietynya menjadi sovieciety plus/premium.

apakah berkenan saya jelaskan untuk ketentuannya? :)

*kirim pricing

*kirim S&K

jika berkenan join, kami akan kirimkan form membernya :)

Bagaimana cara Closing the Sale dengan hasil maksimal.

1. Closing: **ASUMSI HIPNOSIS.**

Disebut juga teknik **Tom Hopkins** (buku 'How master the art of selling').

Mengkondisikan seolah-olah customer telah membeli barang yang ditawarkan.

“ Mungkin mau dikirimkan hari ini atau besok siang? ”

2. Closing: **ALTERNATIF PILIHAN HIPNOSIS.**

Disebut juga teknik **Elmer Wheeler.**

Mengajukan pertanyaan kepada customer untuk memilih satu dari dua atau tiga pilihan.

“ Mungkin berkenan yang merah atau hitam sis? “

3. Closing: **KEBENARAN atau “YA”.**

Disebut juga teknik **Socrates.**

Mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada jawaban “ya”, mengarahkan pada pertanyaan closing (terakhir) dengan jawaban “ya” juga.

4. Closing: **KELANGKAAN.**

Disebut juga teknik **Robert Claldini** (buku 'The Psychology Influence of Persuassion').

Mendorong customer karena jumlahnya terbatas, atau bakal kehilangan promo jika tidak segera mengambil keputusan.

“Tas Levinya menit ini masih ada sis. Tapi barusan saya cek cuma tinggal 3 pcs saja. Berkenan untuk kami orderkan sekarang sebelum keduluan yang lain? Karena bisa jadi beberapa menit mendatang ada yang belanja dari website, & stok tiba-tiba habis :) “

“By the way, tas Levi ini hanya diproduksi eksklusif 18 pcs dalam minggu ini & belum tahu lagi kapan akan kembali restock. Berkenan untuk kami orderkan sekarang sebelum keduluan yang lain? Karena bisa jadi beberapa menit mendatang stok tiba-tiba habis dibelanjakan dari website :)”

5. Closing: **BENEFIT (Manfaat).**

Disebut juga teknik **Ben Franklin**, atau teknik ‘Comparing apple with apple’.

Menunjukkan kelebihan manfaat dibanding kerugian yang bisa diterima dengan masuk akal oleh customer.

“By the way, tas Levi ini adalah special Exclusive Series dari Gotosovie sis. Mau tahu kenapa yang ini lebih keren?”

Notes: Informasi dibawah ini di kembangkan lagi.

Exclusive Series Bag Gotosovie.

Big creativities. Reasonable price.

Dear ladies perempuan aktif,

Kami yakin kalian pasti juga akan sama excitednya dengan kami yang bekerja disini, dengan di release-nya kategori tas terbaru: Exclusive Series Bag Gotosovie :)

Kenapa?

Let`s thing openly. Sometimes a great product comes from a great community`s ideas & creativities.

Sebenarnya ide awalnya berkembang dari **rekomendasi & usulan bestfriend-bestfriend Gotosovie** selama 2 tahun terakhir ini untuk fitur tas yang lebih bisa bersaing di segmen luar negeri. Bercitra lebih eksklusif secara desain dibanding fitur yang standar, lebih

fungsional saat dipakai untuk aktivitas kerja diluar rumah, dan dengan pilihan bahan serta kualitas handmade yang lebih spesial pula.

Cukup menantang ya, dear?

Nah kebetulan banget tuh, hal ini pas dengan salah satu misi kami berkarya, Yaitu menciptakan kebanggaan #localbrandindonesia sejajar dengan brand-brand lain di luar negeri.

Untuk price memang nampak sedikit lebih mahal dibanding yang standar. Tapi kalau mau **dicermati dari keunggulan spesifik yang ditawarkan**, sebenarnya yang Exclusive Series ini jelas lebih keren dari semua hal. Karena memang dari awal, **konsep kreatif yang dikembangkan** tim kreatif adalah.. bagaimana agar dengan keunggulan desain yang lebih elegan, juga kenyamanan pemakaian & kualitas pengerjaan yang lebih exclusive, hal itu bisa lebih mencitrakan & memuaskan rasa **percaya diri** kita – perempuan aktif yang ingin memakainya, walaupun dengan sedikit penambahan harga yang masih reasonable :)

Nah.. dari semua benefit-benefit itu jika dibandingkan, dengan bandrol harga yang segitu.. sebenarnya nilainya pun masih **jauh lebih murah dibanding produk-produk dengan kualitas sejenis dikelasnya** :)

One more thing specially,

Kamu akan dapet 1 spesial keychain pertemanan yang khusus di desain oleh duo-founder kami, Dwisuko & Ewindha, sebagai simbol persahabatan yang abadi.

Gratis!

#CreateLocalyThinkGlobaly.

Atau kalau memang masih juga penasaran, sista mungkin bisa cek sendiri di retail ataupun website brand lain yang sekelas. Atau kalau memang nanti kurang berkenan setelah barang diterima, barang tersebut bisa ditukar ataupun dikembalikan lagi dengan

persyaratan terlampir. Bagaimana sis?

HAMBATAN:

1. LEBIH MAHAL.

- Benar sis. Mungkin memang secara harga, tas Gotosovie kelihatan lebih mahal. Tapi kalau mau dicermati lagi, sebenarnya hal itu sebanding lho dengan keunggulan-keunggulan spesifiknya :)

Pertama, karena memang didesain khusus untuk kebutuhan aktivitas kerja diluar rumah. Kedua, dikerjakan secara pro oleh tim kreatif yang fokus pada desain-desain khas yang beda dari produk kebanyakan, dan ketiga, juga dikerjakan secara handmade sehingga soul kreatifnya masih bisa tersampaikan secara jelas ke kita yang memakainya.

Jadi nanti selain keren saat dipakai, mudah dimix-match dengan baju & sepatu, juga kita yang memakainya bisa lebih percaya diri saat beraktivitas kerja di luar rumah.

Nah.. dari semua benefit-benefit itu jika dibandingkan, dengan bandrol harga yang segitu.. sebenarnya nilainya masih **jauh lebih murah lho sis, dibanding brand-brand lain dengan kualitas sejenis dikelasnya** :)

2. DISKON.

- Untuk tetap memperoleh kepercayaan pelanggan kami yang berharga, biasanya kami hanya akan memberi diskon untuk produk-produk yang edisi lama, reject, atau kelebihan stok di gudang. Di event khusus ataupun promosional tertentu, terkadang memang kami memberikan penawaran khusus lebih hemat.. tapi itupun jarang & jumlahnya sangat terbatas, atau hanya item-item tertentu.

Apa sis memang berkenan untuk produk-produk minor yang seperti itu? :)

3. BUKAN KULIT ASLI.

- Benar sis. Memang kami menggunakan kulit sintetis, tapi kami berbeda dari brand sekelas kebanyakan baik dari pemilihan kualitas bahan yang lebih premium ataupun pengerjaan secara handmade yang lebih rapi.

Karena alasan kami lebih memilih kulit sintetis adalah, karena faktor-faktor pilihan tekstur & warna yang lebih kaya untuk menghasilkan desain-desain yang lebih keren, perawatan material bahan yang lebih mudah, & harga kompetitif yang lebih menguntungkan dibanding jika menggunakan bahan dari kulit asli.

Mungkin jika dipaksakan dengan kualitas desain & pengerjaan yang sama, jika kita memilih untuk menggunakan bahan kulit asli.. pasti harganya akan lebih susah terjangkau sis :)

STRUKTUR :

1. Kembangkan image profesional. Respon mereka dengan segera dengan bahasa elegan. Beritahukan mereka bahwa saat ini ada antrian respon yang mungkin harus mereka tunggu.
2. Respon customer lain yang lebih dahulu datang.
3. Ucapkan terimakasih untuk upaya mereka menunggu. Perkenalkan diri. Tanya nama mereka & dimana tinggal.
4. Mohon mereka untuk menunggu. Cek database stok & pengiriman.
5. Ucapkan terimakasih untuk upaya mereka menunggu. Jelaskan detil stok & tambahkan teknik closing: KELANGKAAN. Tanya apakah mereka sudah tahu detilnya.
6. Kirim semua spesifikasi berupa foto-foto yang sudah dipersiapkan. Berikut informasi detil & harga.
7. Perjelas untuk total harga. Perjelas benefit program Free ongkir kota tertentu & pengiriman hemat Rp 15 ribu.
8. Ulangi no. 6 jika mereka menanyakan produk lain.
9. Gunakan kombinasi teknik-teknik closing yang lain untuk hasil efektif.

NOTE :

IMP Call sebelum barang kirim

Dear sis..., saya ... dari Gotosovie. Kami menginfokan, saat sekarang posisi pemesanan barang di

Gotosovie sudah kami persiapkan. Sebelum posisi barang dipacking dan diambil oleh pihak kurir, bisa kami memastikan kembali untuk data pengiriman dan item pemesanan.

Baik, untuk alamatnya benar dan untuk produk yang dipesan .. pcs dengan jumlah total

NB : jika ada pengembalian uang, dalam bentuk refund bank/amplopan di paket mohon disebutkan.

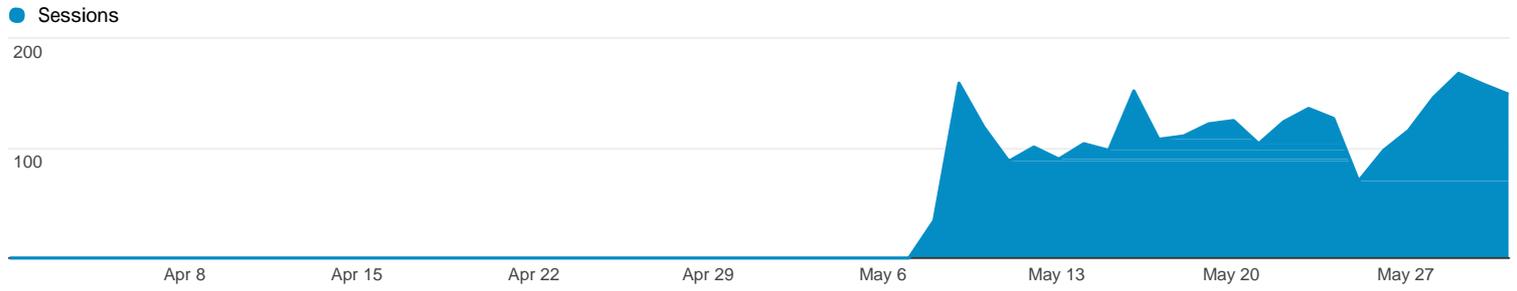
Baik sis, jika sudah benar, paket akan segera kami lanjutkan ke proses selanjutnya. Dan no resi biasanya diinfokan pada sore harinya. Terima kasih....

Apr 1, 2017 - May 31, 2017

Audience Overview

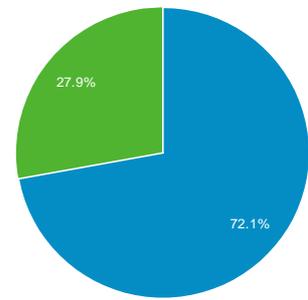
All Users
100.00% Sessions

Overview



Sessions 2,807	Users 2,024	Pageviews 10,752
Pages / Session 3.83	Avg. Session Duration 00:03:48	Bounce Rate 30.74%
% New Sessions 72.11%		

■ New Visitor ■ Returning Visitor



City	Sessions	% Sessions
1. Jakarta	935	33.31%
2. Surabaya	646	23.01%
3. Depok	232	8.27%
4. Bandung	152	5.42%
5. Yogyakarta	117	4.17%
6. Medan	105	3.74%
7. (not set)	77	2.74%
8. Makassar	76	2.71%
9. Semarang	49	1.75%
10. Palembang	42	1.50%

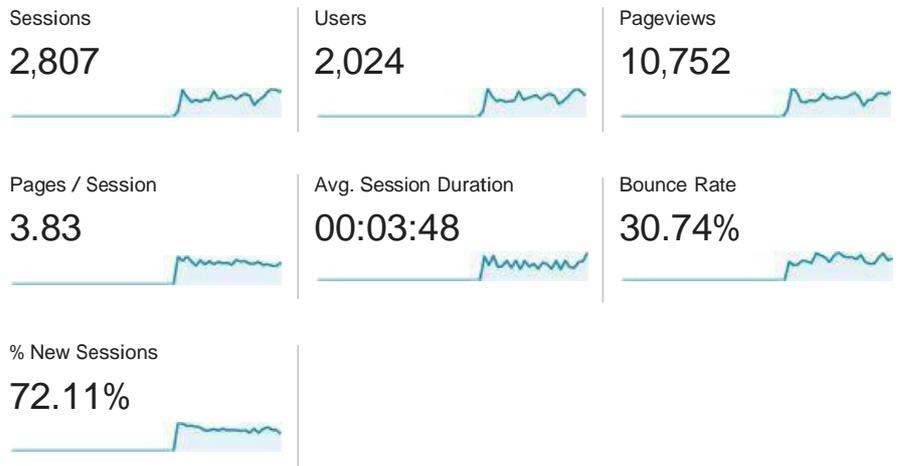
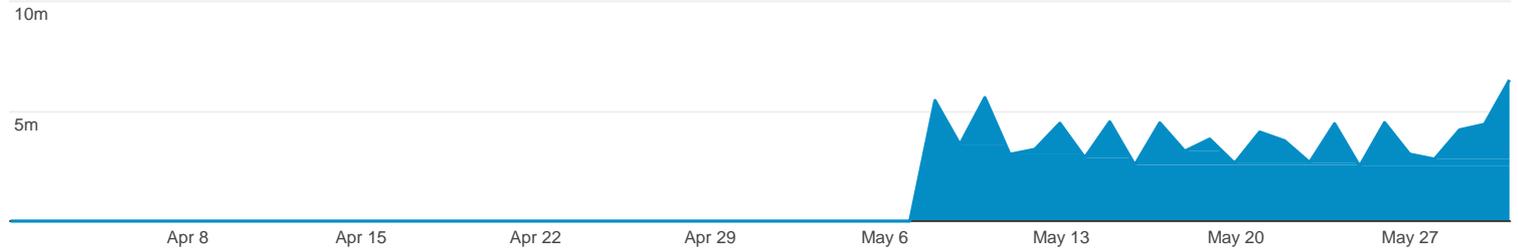
Apr 1, 2017 - May 31, 2017

Audience Overview

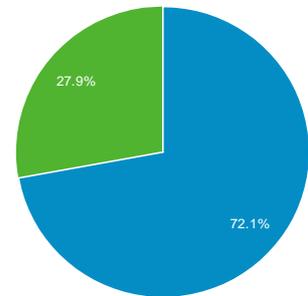
All Users
100.00% Sessions

Overview

Avg. Session Duration



■ New Visitor ■ Returning Visitor



City	Sessions	% Sessions
1. Jakarta	935	33.31%
2. Surabaya	646	23.01%
3. Depok	232	8.27%
4. Bandung	152	5.42%
5. Yogyakarta	117	4.17%
6. Medan	105	3.74%
7. (not set)	77	2.74%
8. Makassar	76	2.71%
9. Semarang	49	1.75%
10. Palembang	42	1.50%

**Formulir Konfirmasi Laporan Penjualan GOTOSOVIE
Per 31 Agustus 2017**

Kepada :

HIJUP

Gd. Pejabat Corner

Jl. Pejabat Barat Raya no 2

Pasar Minggu, Jakarta Selatan

Phone : 021-7823990

Email : pipih@hijup.com, herda@hijup.com, putri@hijup.com

Cc : rand@hijup.com, nabila@hijup.com, pipit@hijup.com, una@hijup.com

Melalui email ini kami mengkonfirmasi laporan penjualan produk kami yang telah kami terima pada (tanggal tenant menerima email laporan penjualan dari A/P HIJUP), bahwa laporan tersebut telah sesuai / belum sesuai (hapus salah satu, silakan cocokan dengan pencatatan tenant) dengan perhitungan kami yang rinciannya sebagai berikut:

No.	Product Name	Quantity	Unit Price (Rp)	Amount (Rp)
1	Akila Mb Honey Brownny	1	Rp 389,900	Rp 389,900.00
2	Camelia Navy Blue 2	1	Rp 769,900	Rp 769,900.00
3	Charlotte Mb Oatmeal Cream	1	Rp 399,900	Rp 399,900.00
4	Corey Bb Creamy Dusty Pink	3	Rp 339,900	Rp 1,019,700.00
5	Corey Bb Pewter Grey	2	Rp 339,900	Rp 679,800.00
6	Eriko Vision Blue	2	Rp 489,000	Rp 978,000.00
7	Nora Deep Mint	3	Rp 389,900	Rp 1,169,700.00
8	Nora Pale Peach	6	Rp 389,900	Rp 2,339,400.00
9	Sara Cinnamon Black	1	Rp 299,900	Rp 299,900.00
10	Silla Mb Touch Brown Grey	1	Rp 389,900	Rp 389,900.00
Penjualan Bruto (gross)				Rp 8,436,100.00
Commision fee				Rp 2,952,635.00
Denda PT HIJUP.COM atas Keterlambatan Pengiriman Laporan Penjualan Bulan Lalu				Rp -
Total Penjualan				Rp 5,483,465.00
Photoshoot				Rp -
Return Form Customer				Rp -
Ongkos Kirim Barang Retur				Rp -
Denda QC				Rp -
Total Penjualan Bersih				Rp 5,483,465.00

Mohon di transfer ke rekening di bawah ini;

Bank : BCA

Number : 8610064613

Name : Ewindha Sari

Branch : GOTOSOVIE

Untuk mempercepat proses serta memudahkan administrasi kami, mohon agar pihak HIJUP langsung memotong *commission fee* dari hasil penjualan tersebut di atas.

Sekian dan terimakasih.

Jogjakarta, 20 September 2017

Wijayanti

CONTOH DATA PSIKOGRAFIS YANG SUDAH TERDATA :

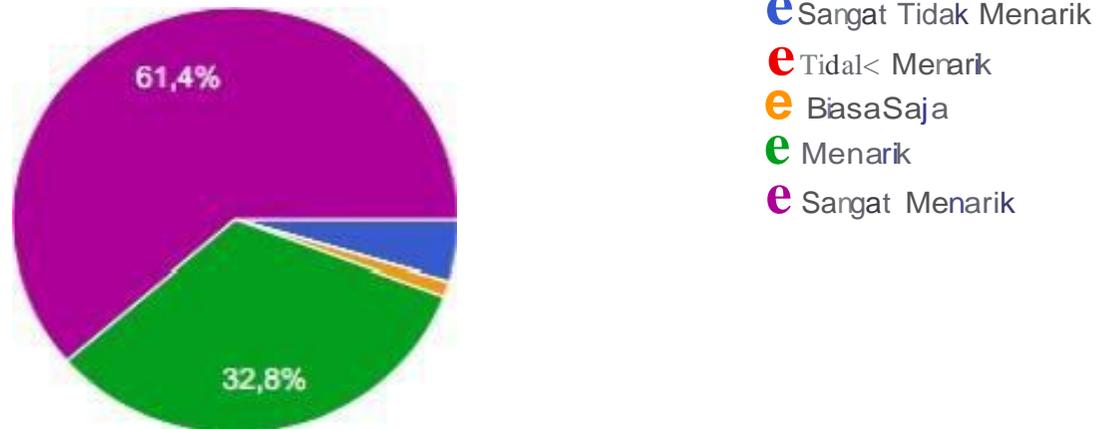
6. Apakah Anda mengikuti akun Instagram Gotosovie? (Jika Anda tidak memiliki akun Instagram,slahkan menjawab "Tidak")

262 tanggapan



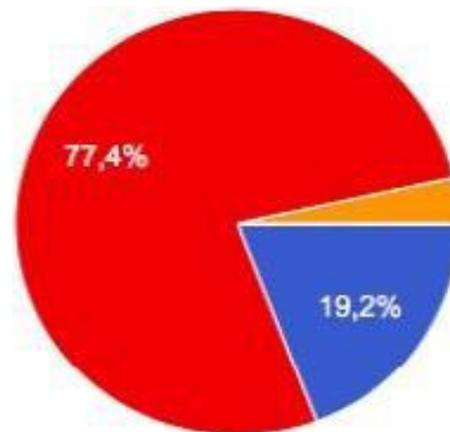
7. Jika YA. seberapa menarik feed Gotosovie di Instagram menurut Anda?

259 tanggapan

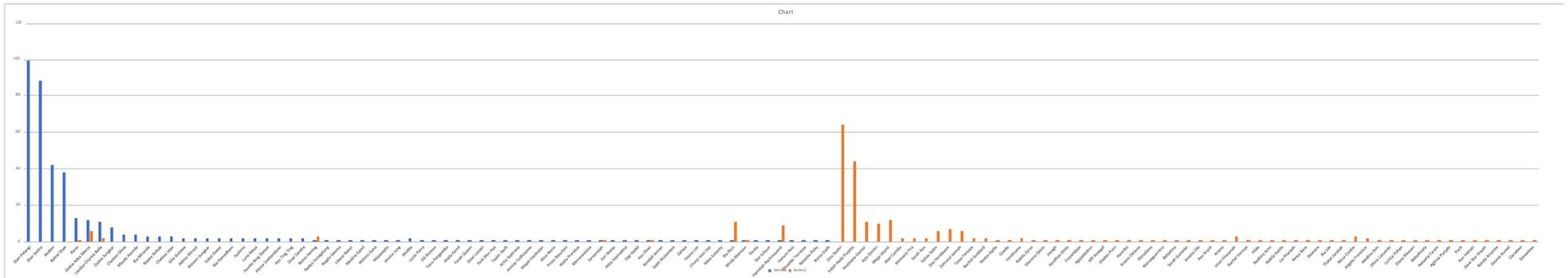


8. Post apa yang Anda harapkan muncul pada Instagram Gotosovie?

261 tanggapan

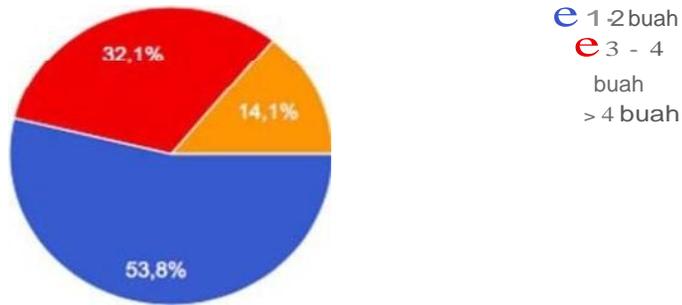


- e** Info produk baru
- e** Dislike dan promo
- e** Kutipan inspiratif
- e** Yang penting bukan produk



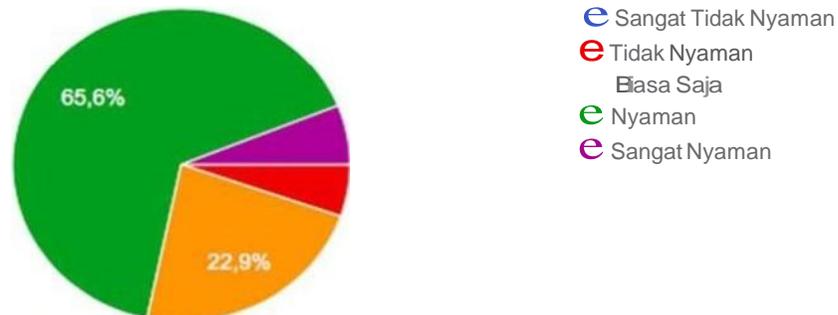
2. Berapa banyak tas yang Anda beli dalam kurun waktu 12 (dua belas) bulan terakhir?

262tanggapan



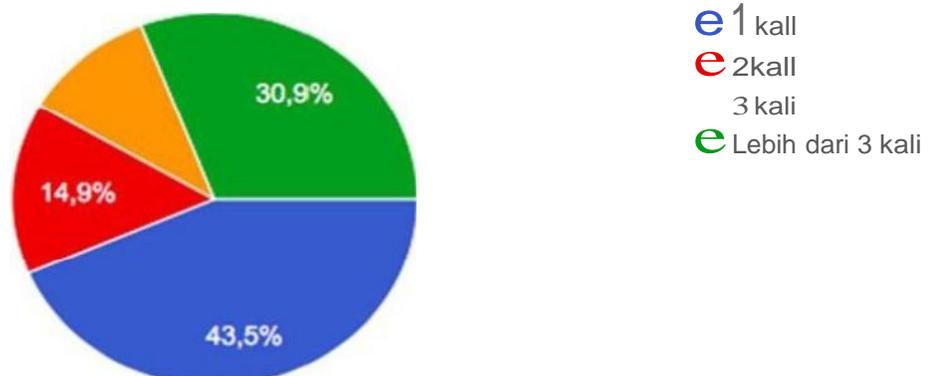
3. Seberapa nyaman Anda membeli tas secara online (tanpa perlu melihat atau menyentuh barangnya secara langsung)?

262tanggapan



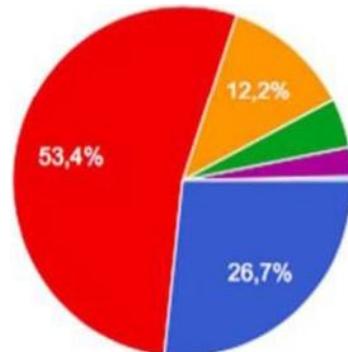
4. Berapa kali Anda membeli produk Gotosovie?

262tanggapan



5. Apa pertimbangan utama Anda sebelum membeli Gotosovie?

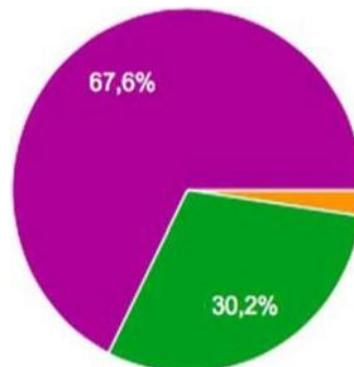
262 tanggapan



- Penampilan produk (Warna, tampak luar yang menarik)
- Desain produk (Filur produk: saku dalam dan luar, ritsleting)
- Kenyamanan saat berbelanja (Layanan customer service, detail produk di website)
- Harga
- Rekomendasi teman
- Kenyamanan

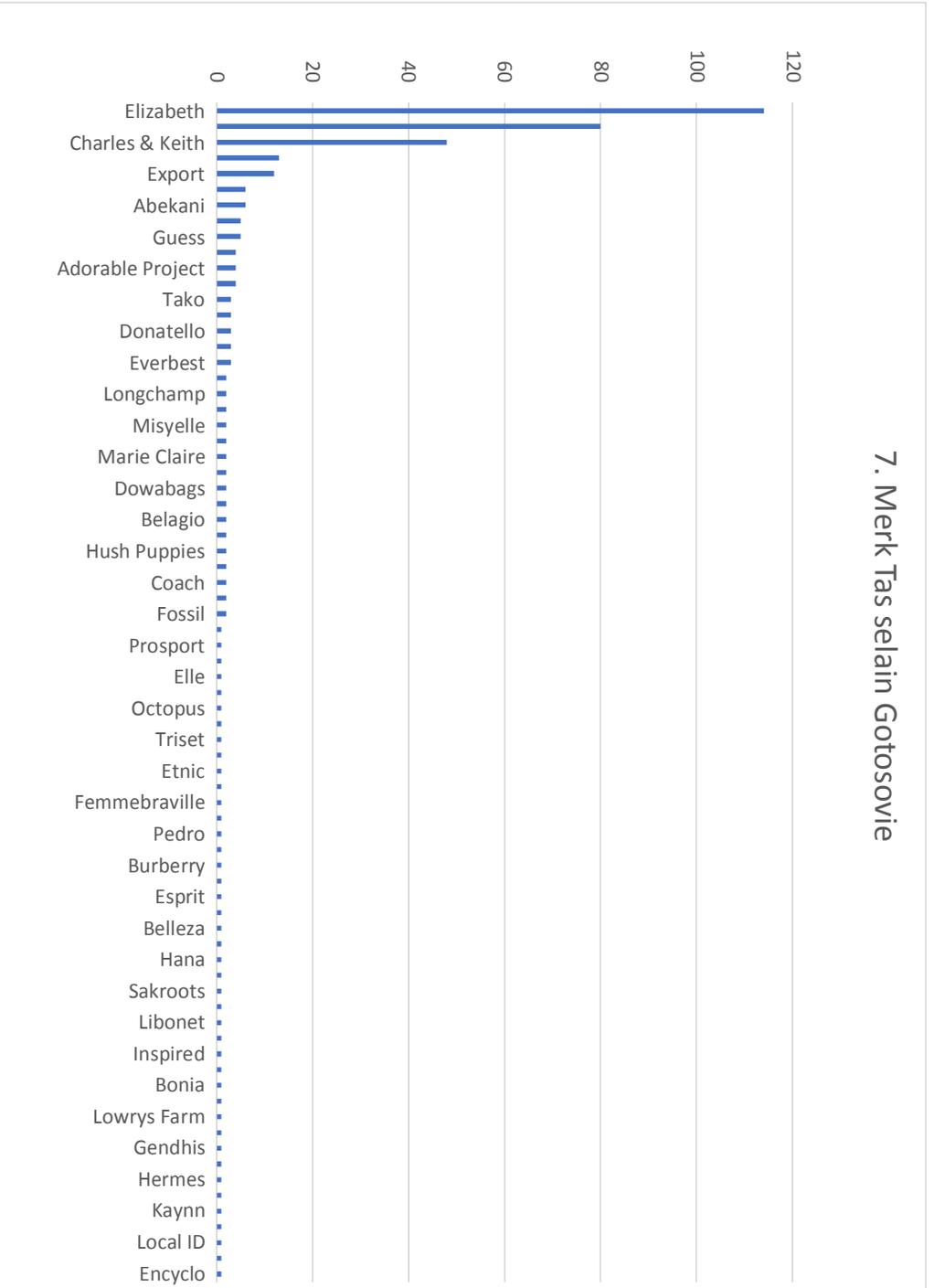
6. Seberapa puas Anda dengan Gotosovie secara keseluruhan (layanan pembelian dan produk)?

262 tanggapan



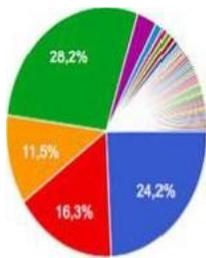
- Sangat Tidak Puas
- Tidak Puas
- Biasa Saja
- Puas
- Sangat Puas

7. Merk Tas selain Gotosovie



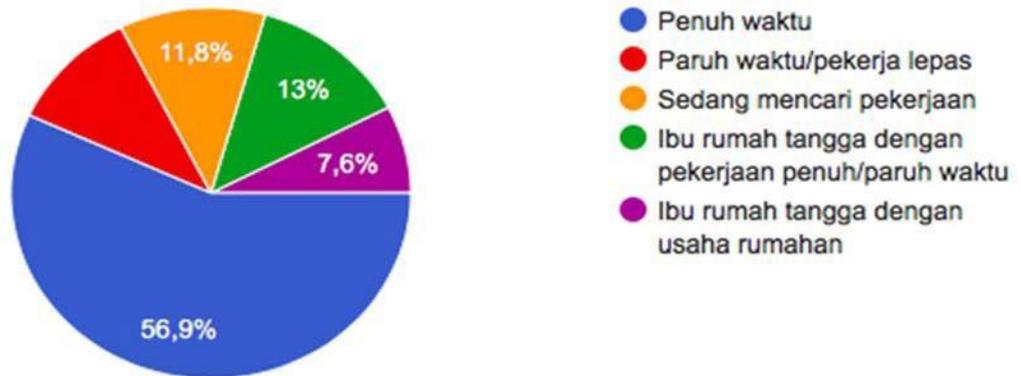
8. Jika Anda memiliki kesempatan untuk membelitas branded, apa merek yang Anda inginkan?

252 tanggapan

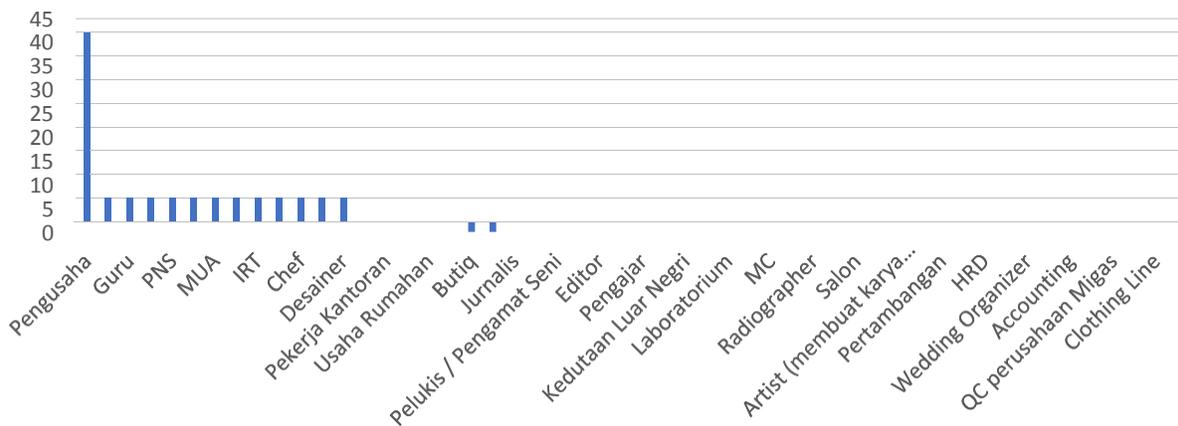


1. Bagaimana status pekerjaan Anda?

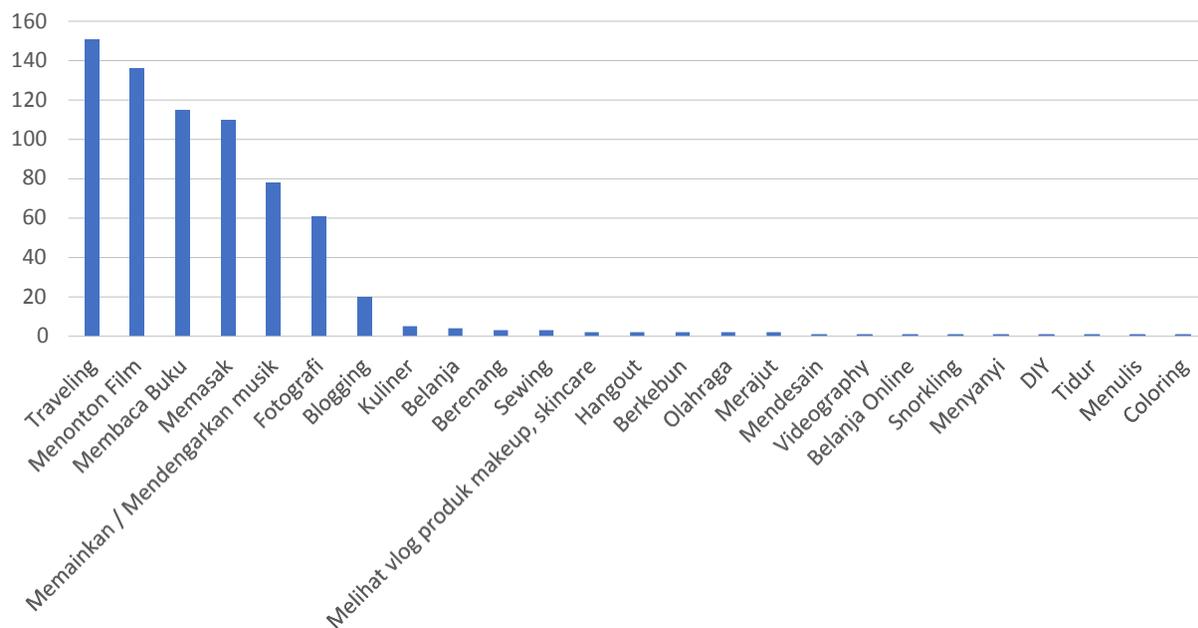
262 tanggapan



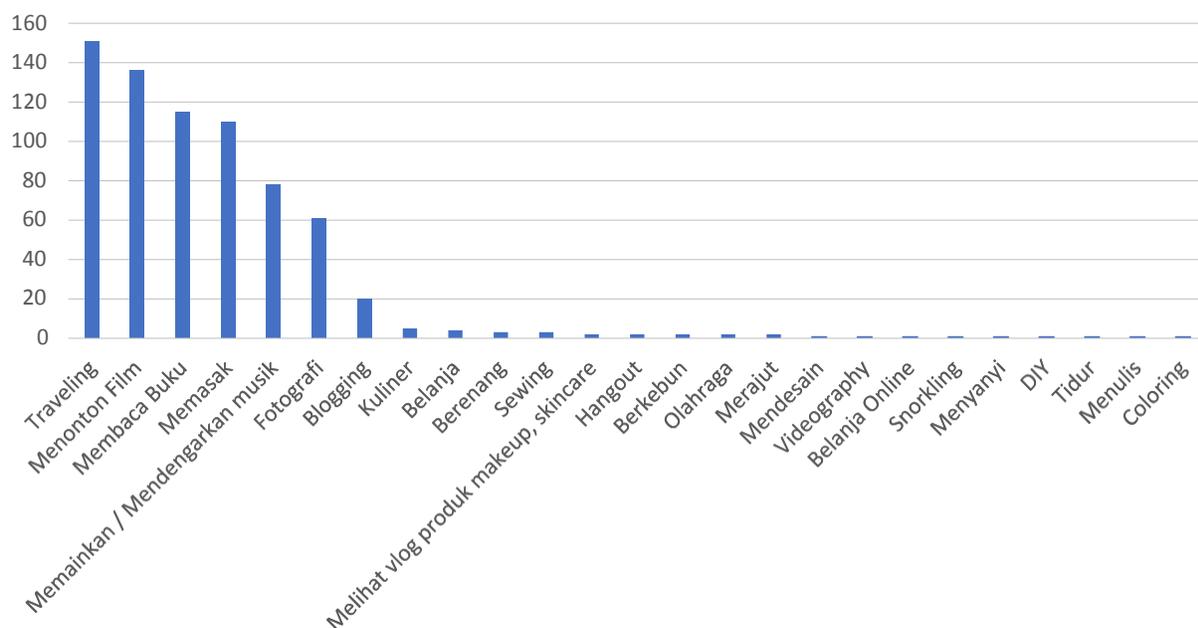
2. Jika Anda diperbolehkan memilih pekerjaan tanpa memedulikan apapun, apa pekerjaan yang akan Anda lakukan?



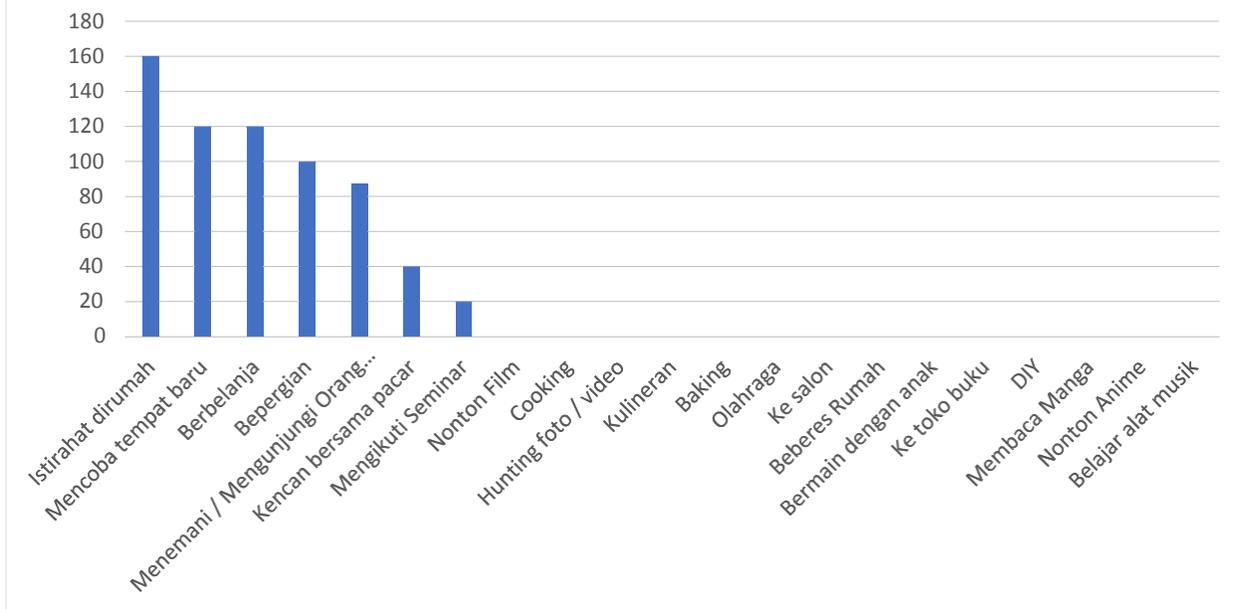
3. HOBI



3. HOBI

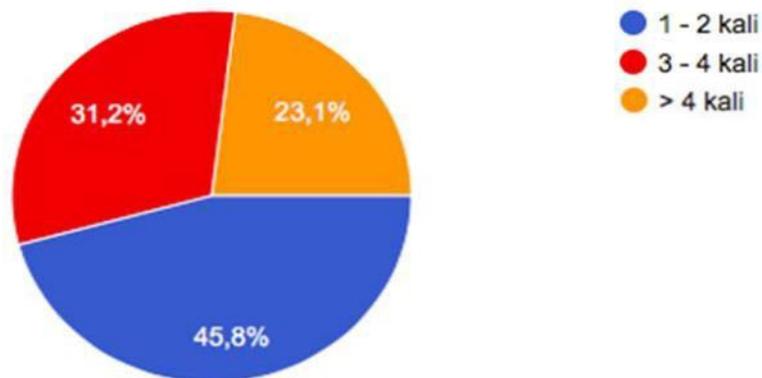


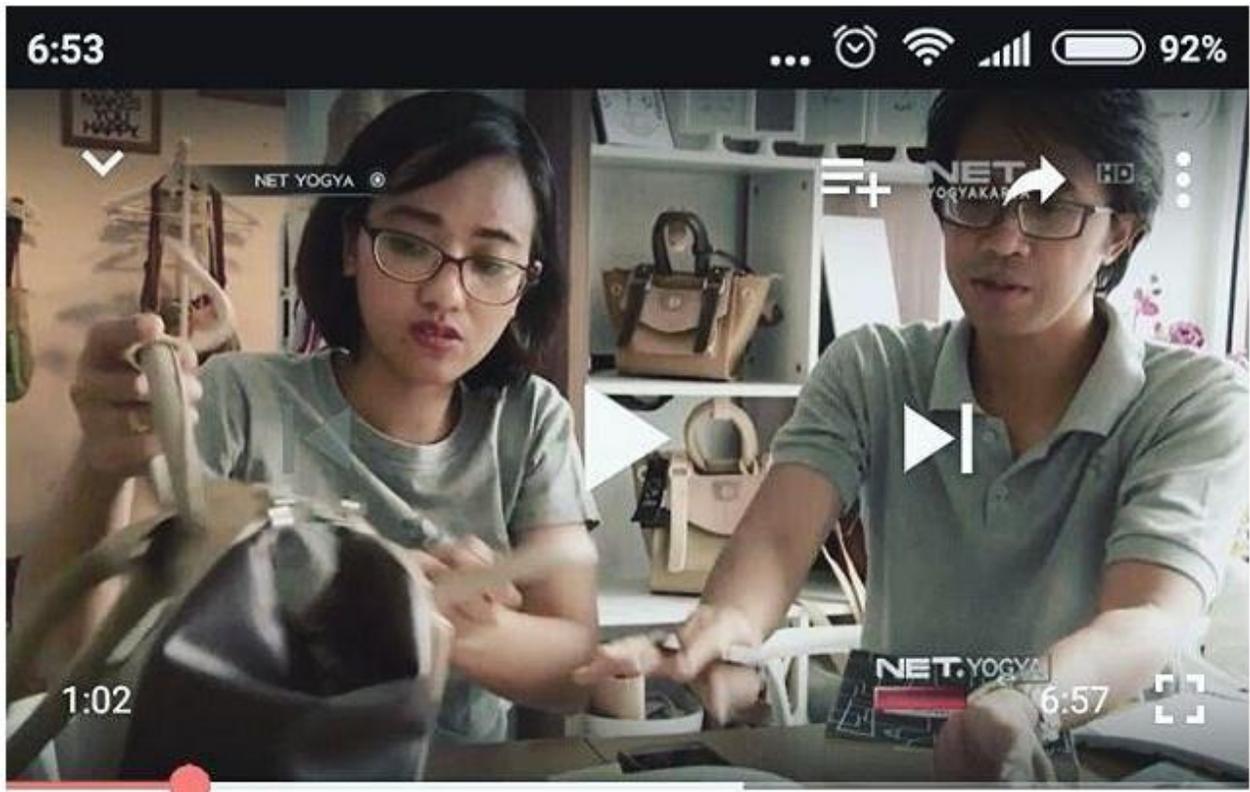
4. Kegiatan Akhir Pekan Favorit



5. Berapa kali Anda melakukan traveling dalam kurun waktu 12 (dua belas) bulan terakhir?

260 tanggapan





Go To Sovie, Tas Produk Lokal Asal Sleman yang Mendunia - **NET YOGYA**

299x ditonton



5



0

Bagi



Download



Tambahkan...

f

!!ASH BOARD KINERIA PENJUAIAN :

08 Desember 2011 JAM : 13:55:31

POIN CSDEAL :

1.351,7

POIN CS CIOSE :

-247,8

POIN SELISIH :

-102,2

POIN TOTAL(+PARTNER) :
1.247,8

TIM BY POIN					
WEEK	TARGET	D	C	<J>byD	SBJSI
1	1.350	1.351,7	1.247,8	92,3%	***
2	900				
3	1.125				
5	225				
1	4.500	1.351,7	1.247,8		

POINCS

				SWSH	02	C2		
1	675	765,3	701,2	<1,0%	586,4	546,71	91,2%	18
2	450							
3	563							
4	450							
2.25	765,3	701,2						

SELISIH HARIINI

	Sum Target	%byTARGET	Sum O	Sum C	%by DEAL	Selitzh
POIN	1.500,0	92	1.351,7	1.247,8	92,3%	J > .
JML : cs						
POIN Uiken	600,0		765,3	546,7	93,2%	128,3
			586,4			

Partner / Exhibition

1		
2		
3		
4an
5		
6		
7	r+n	
8	1	
9	l.r.t	

Minggu 4 20% /
Minggu 5 5%
TOTAL: 100%



FORM GARANSI

Kepada:

Return Center Gotosovie

Griya Mahkota D.I.S, JIGodean Km. 4
Kwarasan,Sleman- Yogyakarta

Gotosovie Indonesia. Office : (0274) 545136

!! Tidak sesuai yang diinginkan? !!

Tenang aja.Kamu masih bisa menukarnya kok.

Caranya mudah banget. Pastikan kamu sudah membaca & paham tentang proses, ketentuan umum ataupun refund dibawah ini, ya dear.

1. Kontak CS Gotosovie.
Sebut nomor order untuk memudahkan kami memandu prosesnya.

2. Isi Form Garansi.
Pastikan jelas & lengkap.

3. Kirim bersama paket.

Gotosovie sudah melengkapi Form Garansi ini dengan alamat pengiriman. Jadi, kamu cukup memasukkan ulang ke dalam plastik transparan yang disediakan (dengan posisi alamat diluar/terlihat) & menempelkannya di luar paket. Paket bisa dikirimkan melalui semua kurir dikotamu ke alamat tertera.

4. GTS akan menghubungimu.
Setelah paket diterima, kami akan menginformasikan proses lanjutannya.

Barang yang tidak bisa ditukar :

1. Barang Gratis/Bonus/Hadiah.

Barang yang diberikan cuma-cuma. Sebagai hadiah, bonus ataupun sejenisnya.

2. Barang 'Sale' & 'Garage Sale'.

Barang dengan harga hemat karena penawaran atau event tertentu.

3. Dikirimkan melebihi tanggal tertera di Form Garansi.

Baca untuk: 'Ketentuan Umum' serta 'Ketentuan Refund' di halaman berikut.

4. Sudah dipakai atau Rusak.

a. Segel/label sobek atau lusuh.

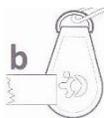
Rusak atau tidak terpasang seperti semula di badan tas.

b. Barang sudah dalam kondisi terpakai.

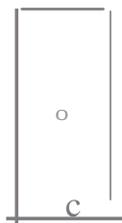
Kotor, ternoda, rusak atau tidak sama seperti pada saat dikirimkan.

c. Rusak saat dalam pengiriman.

Mengirimkan dengan kardus yang berkualitas buruk, sehingga rusak saat pengiriman kembali ke Gotosovie. Kami merekomendasikan untuk mengirimkan paketmu dengan kardus yang sama (kardus dari Gotosovie), yang ditutup ulang dengan lakban/isolasi untuk mencegah masuknya air.



a



Macam Segel untuk Tas:
a. Segel pengunci resleting
b. Kertas pembungkus resleting
c. Tag Logo

FORM GARANSI

(Di isi Pembeli.)

Batas waktu maksimal garansi

Jawa Luar Jawa Irian

Nama pembeli

Alamat pembeli

No HP yang bisa dihubungi

Alasan penukaran barang

(Di isi Gatosovie.)

Nama barang

Tanggal di terima di Gotosovie

¹¹ Hal penting yang harus kamu tahu.¹¹

PROSEDUR PENUKARAN BARANG & PENGGANTIKAN UANG.

A. Ketentuan Umum.

1. Batas Waktu Maksimal tertera di Form Garansi.

- Batas waktu terakhir penukaran adalah tanggal pengiriman paket yang tertera di Form Garansi.
- Batas waktu tersebut dihitung dari tanggal sejak paket dikirimkan dari Gotosovie: 14 hari untuk area Jawa, 21 hari untuk area luar Jawa, dan 30 hari untuk Irian.

2. Nilai Harga yang sama atau lebih tinggi. *

- Penggantian barang hanya bisa dilakukan pada barang lain dengan harga yang sama, atau harga yang lebih tinggi (dengan tambahan pembayaran selisih harga)*.
- Jika paket dikirim melebihi tanggal Garansi (cap pes pengiriman), penukaran masih bisa dilakukan dengan nilai klaim 25% dari harga belian sebelumnya.

3. Biaya Kirim keseluruhan ditanggung Pembeli.

Biaya kirim ke Gotosovie & pengiriman kembali ke alamat tertera ditanggung sepenuhnya oleh pembeli. Pengembalian di proses dalam 5-7 hari kerja, setelah diterima di Gotosovie.

4. Sesuai dengan Prosedur.

Gotosovie berhak menolak Penukaran, apabila situasi/kondisi di luar persyaratan & ketentuan yang berlaku.

B. Refund

{Pengembalian dalam bentuk uang}

1. Rekening yang sama.

Refund hanya bisa dilakukan melalui transaksi pembayaran dengan rekening semula.

2. Proses 2 x 24 Jam.

Refund akan di proses dalam 2 x 24 jam di hari kerja efektif.

3. Nilai = Harga barang yang dibeli.

Nilai Refund adalah harga barang yang sudah dibeli. Tidak termasuk bea pengiriman yang dibayarkan. Kecuali kasus dimana barang tersebut cacat produksi saat diterima.

4. Khusus wilayah Indonesia.

Saat ini Gotosovie hanya memproses refund untuk wilayah Indonesia saja.

RULES WAJIB PELAYANAN

(sebelum & sesudah bekerja)

PAGI:

1. Tuhan "CLOSED" ke "OPEN".
2. Lampu put rnydid
3. Musik menyala
- 1. erver menyala, masuk ke "ddily".
5. Komputer menyala.
6. HP smartphone + HP nomor pusat menyala dan tPrsambung ke PC Imk.
7. Telp k;:mtor hidup.
8. i'v1inuman gelas customer dishowroom ada **nggu saja**)

SORE:

1. Lampu teras & brlbodrd menyala.
2. Kenclaraan pribadr diluar masuk kc parkir dalam.
3. Ldmpu showroom (3 lampu) menyala
4. Minuman Gelas Customer di showroom ada **v Harl).**

MALAM:

1. Musik rndti.
2. L;,mpu spot mat1.
3. Charge semua HP
4. Tulisan "OPEN" ke "CLOSED",
5. Server mat1.

JIKA TIDAK ADA ORANG:

1. Musrk mat!.
2. Lampu spot mat1.
3. Tulisan "OPEN" ke "CLOSED".
- 1. Server mati.
5. IV menyala
6. Lampu Teras & Bilboard menyala
7. Lampu Teras belakang menyai;;
8. Lampu Tengah menyala
9. Pintu dapur belakang terkuno.
10. Gerbang showroom tertutup.
11. Pintu utama kupu-kupu showroom tertutup **harus dilepas**
12. Keluar lewat samping.
13. Pintu gerbang besidepan tertutup **r • c. bawa atau ditiptkan ke aj.**

SOP Telepon

1. Sapaan Generalangkat telepon

"Halla Selamat pagi, siang, sore, malam"

"Saya dengan ada yang bisa dibantu?"

2. SOP Tagih Pembayaran over time

CS : "Halla selamat pagi, siang, sore malam".

"Benar dengan sista ... di...".

Cust : Benar / salah sambung

(Jika benar -7 lanjutkan percakapan)

(Jika salah -7 segera minta maaf) (*lanjut bawah SOP penolakan*)

CS: "Baik, saya... dari Gotosovie ingin mengkonfirmasi kembali atas pemesanan sista berupa ...pes item bahwa batas pembayaran atas pemesanan tersebut saat sekarang sudah habis. Selanjutnya, kami ingin mengkonfirmasi kembali sis, apakah item tersebut masih berkenan diambil?"

Cust:

"Masih sis"

"Maaf lain kalla sis" (*lanjut bawah SOP penolakan*)

CS: " Baik sis, jika masih berkenan kami bisa bantu untuk perpanjang waktu ordernya sampai 3 jam ke depan. Perkiraan berkenan di transfer pukul berapa? Agar bisa kami catat untuk konfirmasi kepada accounting. Dan posisi stok masih aman untuk pemesanan sista. Mengingat traffic pemesanan produk di Gotosovie cukup padat, dan takutnya diambil sista yang lain.

Cust:

„ **sore ini**"

"Malam ini"

CS: " Baik sis ... kami catat, jika sudah melakukan transfer mohon dikonfirmasi kembali kepada Customer Service, agar segera dilanjutkan ke proses selanjutnya.

Cust : "Baik, nantikan kabari"

CS: "Baik sis, terima kasih atas waktu, kami tunggu konfirmasinya dan ditunggu item pesannya datang"

IA &L TARGET-PROG RES KERJA KARYAWAN GOTOSOVIE

JLJ;-/ /

NAMA :

DEVISI : ..c a)

SENIN

SELASA

RABU

KANIS

JUF AT

S BTU

MINGGU

