

LAMPIRAN

A. INTERVIEW GUIDE KANTOR POS YOGYAKARTA

1. Bagaimana pandangan perusahaan tentang CRM (manajemen hubungan pelanggan)?
2. Apa tujuan pelaksanaan CRM bagi Kantor Pos Yogya?
3. Apakah Kantor Pos Yogya melakukan 3 fase siklus pelanggan (*acquire, enhance, retain*) dalam CRM? Bagaimana prosesnya?
4. Apakah Kantor Pos Yogya melengkapi aspek-aspek yang berhubungan dengan pelanggan, seperti *call center, sales force, marketing, technical support*, dan *field service* dalam menjalankan program CRM? Bagaimana Prosesnya?
5. Apakah Kantor Pos Yogya telah melakukan 5 hal (Kepuasan pelanggan, mutu produk, mendengar keluhan pelanggan, memahami faktor kunci layanan kepada pelanggan dan mencoba bekerja lebih baik) dalam CRM? Bagaimana prosesnya?
6. Program apa saja yang menjadi bagian dari CRM Kantor Pos Yogya?
7. Apa yang menjadi tolak ukur keberhasilan dari setiap program CRM?
8. Bagaiman Kantor Pos Yogya melakukan evaluasi dari setiap program CRM yang dijalankan?
9. Apakah Kantor Pos Yogya menjalankan fungsi-fungsi CRM dalam menjalankan manajemen hubungan pelanggan? Bagaimana menjalankannya?
10. Apakah Kantor Pos Yogya menjalankan Konsep CRM (CRM Strategis, Operasional dan Analitis)? Bagaimana prosesnya?
11. Apakah Kantor Pos Yogya menjalankan semua konsep Operasional (otomatisasi pemasaran, otomatisasi armada penjualan, otomatisasi layanan) dalam CRM? Bagaimana prosesnya?

B. INTERVIEW GUIDE PELANGGAN KORPORAT

1. Bagaimana cara perusahaan anda memutuskan untuk menjadi pelanggan korporat Kantor Pos Yogya?
2. Faktor apa saja yang menyebabkan perusahaan anda memilih menjadi pelanggan korporat Kantor Pos Yogya?
3. Apakah perusahaan anda melalui 5 tahapan pengambilan keputusan untuk menjadi pelanggan korporat Kantor Pos Yogya? Bagaimana tahapannya?
4. Program CRM apa saja yang dilakukan Kantor Pos Yogya yang membuat perusahaan anda tertarik dan bertahan menjadi pelanggan korporat Kantor Pos Yogya?
5. Bagaimana Kantor Pos Yogya memberikan Kepuasan pelanggan, menjaga mutu produk, mendengar keluhan pelanggan, memahami faktor kunci layanan kepada pelanggan dan selalu mencoba bekerja lebih baik dalam manajemen hubungan pelanggan kepada perusahaan anda?
6. Bagaimana Konsep CRM Strategis, Operasional dan Analitis yang dijalankan kantor Pos Yogyakarta kepada perusahaan anda?
7. Konsep CRM Operasional apa saja yang telah dijalankan oleh Kantor Pos Yogya (otomatisasi pemasaran, otomatisasi armada penjualan, otomatisasi layanan) dalam CRM kepada perusahaan anda? Apakah Kantor Pos Yogya melakukan evaluasi dan perbaikan program dalam manajemen hubungan pelanggan dengan perusahaan anda? Bagaimana prosesnya?

C. DRAFT WAWANCARA KANTOR POS YOGYAKARTA

Narasumber : Ria Puspitasari

Jabatan : *Account Executive* / Staf Divisi Marketing Kantor Pos Yogya

Waktu : 15 September 2013

1. Bagaimana pandangan perusahaan tentang CRM (*Customer Relationship Management* / manajemen hubungan pelanggan)?

Karena kami PT. Pos Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen selalu kami kedepankan. Makanya kami menjalankan manajemen hubungan pelanggan.

2. Apa tujuan pelaksanaan CRM bagi Kantor Pos Yogya?

Tentunya demi terciptanya pelayanan prima kepada pelanggan korporat. Karena mengedepankan pelayanan prima kepada customer dan kenyamanan pelanggan akan membawa dampak bagi pendapatan. Tidak hanya mengejar kepuasan pelanggan saja hubungan komunikasi yang baik antara pelanggan dengan perusahaan adalah juga sebagai dukungan kepada pelanggan yang telah setia pada perusahaan.

3. Apa itu pelanggan korporat PKS (Perjanjian Kerjasama) Kredit?

Pelanggan korporat adalah badan/korporasi atau perorangan/individu yang menggunakan Layanan Pos yang diselenggarakan oleh Perusahaan yang memenuhi persyaratan untuk mendapatkan fasilitas kredit atas biaya penggunaan layanan pos.

4. Bagaimana Kantor Pos Yogya menjalankan proses 3 fase siklus pelanggan (*acquire, enhance, retain*) dalam CRM?

Kami mencari pelanggan baru dengan melakukan penawaran langsung dan memberikan masa percobaan 1 bulan pengiriman. Kami memberikan nilai lebih dengan memberikan keringanan, yaitu perpanjangan masa pembayaran kredit dan memberikan service khusus bagi pelanggan korporat. Kami menjaga hubungan baik dengan pelanggan korporat agar saat habis masa PKS pelanggan mau kembali menjadi pelanggan korporat kami lagi.

5. Apakah Kantor Pos Yogya melengkapi aspek-aspek yang berhubungan dengan pelanggan, seperti *call center, sales force, marketing, technical support*, dan *field service* dalam menjalankan program CRM?

Kami memiliki *call center* yang biasa disebut *pos call 161*. Kami memiliki tenaga penjualan yang menawarkan langsung kepada calon pelanggan korporat yang biasa kami sebut *account executive (AE)*. Dukungan teknis

hanya dengan bantuan aplikasi *ToolsCS* yang memudahkan kerja *customer service*. Layanan lapangan kami berikan melalui AE yang dapat berhubungan langsung dengan pelanggan korporat.

6. Program apa saja yang menjadi bagian dari CRM Kantor Pos Yogya?

Kami telah menjalankan program CRM Strategis, Operasional dan Analitis. Bagaimana Kantor Pos Yogya menjalankan fungsi-fungsi CRM dalam menjalankan manajemen hubungan pelanggan?

7. Bagaimana Kantor Pos Yogya menjalankan Konsep CRM (CRM Strategis, Operasional dan Analitis)? CRM apa saja yang dijalankan kantor Pos?

Kantor Pos, terutama bagian marketing, yang berhubungan langsung dengan pelanggan korporat selalu menjaga hubungan baik antara pimpinan dan karyawannya, seperti keluarga. Kami memberikan *reward* kepada AE yang dapat memberikan pelayanan memuaskan kepada pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru. Bahkan kami memberikan pelatihan kepada AE, demi terwujudnya pelayanan Prima.

8. Apakah Kantor Pos Yogya menjalankan semua konsep Operasional (otomatisasi pemasaran, otomatisasi armada penjualan, otomatisasi layanan) dalam CRM? Bagaimana prosesnya?

CRM operasionalnya belum sepenuhnya kami terapkan. Karna kami baru menerapkan system otomatisasi layanan, sedangkan otomatisasi penjualan dan pemasaran belum kami lakukan. Otomatisasi layanan yang kami lakukan dengan *call center*, website, twitter, dan facebook, bahkan layanan langsung.

9. Apa yang menjadi tolak ukur keberhasilan dari setiap program CRM?

Salah satu cara mengukur berhasil atau tidaknya kegiatan CRM yang telah dilaksanakan dapat dilihat dari jumlah pelanggan korporat. Apabila melalui kegiatan CRM pelanggan korporat meningkat dan berkurangnya complain yang dilakukan *customer*, maka kegiatan CRM yang dilakukan kantor Pos Yogyakarta bisa dikatakan cukup efektif dalam mempertahankan pelanggan dan mendapatkan pelanggan baru

10. Bagaimana Kantor Pos Yogya melakukan evaluasi dari setiap program CRM yang dijalankan?

Evaluasi dengan rapat koordinasi satu bulan satu kali antara AE (*Account Executive*) dengan kepala divisi Marketing yang merangkap sebagai MPR (*Marketing Public Relations*). Dan koordinasi triwulan dengan Kepala Area Penjualan.

D. DRAFT WAWANCARA PELANGGAN KORPORAT

Nama : Mulyadi

Jabatan : Redaktur Suara Muhammadiyah

Waktu : 20 September 2013

1. Bagaimana cara perusahaan anda memutuskan untuk menjadi pelanggan korporat Kantor Pos Yogya?

Tentunya melalui banyak pertimbangan, namun karena kami telah lama menjadi pelanggan kantor pos, jadi kami sudah merasa nyaman.

2. Apakah perusahaan anda melalui 5 tahapan pengambilan keputusan untuk menjadi pelanggan korporat Kantor Pos Yogya?

Tentunya iya, terutama yang paling menjadi pertimbangan kami adalah jangkauan kantor pos yang sampai pelosok negeri yang bias sangat membantu kami, sedangkan jasa lain tidak.

3. Program CRM apa saja yang dilakukan Kantor Pos Yogya yang membuat perusahaan anda tertarik dan bertahan menjadi pelanggan korporat Kantor Pos Yogya?

Kantor Pos memberikan *service* penjemputan, *gathering*, *sharing*, dan apresiasi kepada tukang becak Suara Muhammadiyah. Kantor Pos juga menjaga hubungan dengan melakukan timbal balik dengan memasang iklan di Suara Muhammadiyah. Bahkan, saat Muktamar 1 Abad Muhammadiyah, kantor Pos meluncurkan Perangko Satu Abad Muhammadiyah.

4. Apakah Kantor Pos Yogya telah melakukan 5 hal (Kepuasan pelanggan, mutu produk, mendengar keluhan pelanggan, memahami faktor kunci layanan kepada pelanggan dan mencoba bekerja lebih baik) dalam manajemen hubungan pelanggan kepada perusahaan anda?

Kantor pos selalu mengedepankan pelanggan. Berusaha melayani kami dengan baik, karena kami telah lama menjadi pelanggan korporat kantor pos. Dan menurut kami itu sudah baik. kekurangannya hanya kadang untuk pengiriman ke pelosok belum bisa *ontime* terkait kendala alat transportasi.

5. Apakah Kantor Pos Yogya melakukan evaluasi dan perbaikan program dalam manajemen hubungan pelanggan dengan perusahaan anda? Bagaimana prosesnya?

Evaluasi sering diadakan oleh kantor pos dengan kami, minimal 1 bulan satu kali. Karena diluar evaluasi pun kami dapat menyampaikan kritik dan saran kami secara langsung melalui AE.