

SOP Kunjungan Customer (Record Visit)

BAB 1: PENDAHULUAN

1.1 Tujuan

Dokumen ini merupakan Standard Operating Procedure (SOP) yang mengatur seluruh aspek kunjungan sales ke customer menjadi satu standarisasi. SOP ini disusun untuk mencapai tujuan-tujuan berikut:

- Memastikan kualitas dan konsistensi setiap kunjungan sales ke customer di seluruh wilayah operasional.
- Meningkatkan tingkat retensi customer melalui follow-up yang terstruktur dan terukur.
- Mengidentifikasi dan memulihkan Lost Customer secara sistematis dan tepat waktu.
- Mengoptimalkan peluang upselling dan cross-selling pada setiap interaksi dengan customer.
- Menyediakan data dan insight yang akurat untuk pengambilan keputusan strategis manajemen.
- Membangun citra profesional perusahaan melalui standar penampilan dan etika kunjungan yang konsisten.

1.2 Ruang Lingkup

SOP ini berlaku untuk seluruh tim sales lapangan, termasuk Sales DP, Sales Cabang, dan Sales Manager, di semua kantor cabang. Prosedur ini mencakup kunjungan langsung (door visit) maupun follow-up jarak jauh via WhatsApp/telepon.

1.3 Definisi

- Active Customer: Customer yang melakukan pengiriman secara aktif pada bulan berjalan sesuai histori pengiriman.
- Lost Customer: Customer yang melakukan pengiriman pada bulan sebelumnya namun tidak melakukan pengiriman sama sekali pada bulan berjalan.
- Lost Warning Customer: Customer yang volume pengirimannya pada bulan berjalan menurun sebesar 50% atau lebih dibandingkan bulan sebelumnya.
- New Customer: Customer yang baru bergabung dan aktif kurang dari 3 bulan.
- Record Visit: Dokumentasi resmi hasil kunjungan yang mencakup data diskusi, lampiran bukti, dan rencana tindak lanjut.

- Door Visit: Kunjungan langsung ke lokasi usaha/kantor customer oleh sales.

BAB 2: STANDAR FREKUENSI KUNJUNGAN

Frekuensi kunjungan ditentukan berdasarkan level customer yang diklasifikasikan menurut volume pengiriman rata-rata. Penetapan frekuensi ini bertujuan untuk mengalokasikan waktu dan sumber daya sales secara proporsional terhadap potensi revenue setiap customer.

Level Customer	Kategori	Frekuensi Kunjungan	Keterangan
A	Volume > 500 Awb/Hari	2x / bulan (Minimal)	Prioritas utama, maintenance hubungan dengan customer, Evaluasi Pengiriman Rutin.
B	Volume > 300 Awb/Hari		Monitoring Kualitas pengiriman, Explore kemungkinan growth Volume.
C	Volume > 100 Awb/Hari	1x / bulan (Minimal)	Follow-up rutin, Monitoring Kualitas pengiriman, Explore kemungkinan growth Volume.
D	Volume > 50 Awb/Hari		
E	Volume > 1 Awb/Hari		
Lost Customer	0 pengiriman bulan berjalan	Wajib 1x dalam 7 hari kerja	Prioritas recovery, identifikasi alasan kehilangan Customer.
Lost Warning	Volume turun $\geq 50\%$	Wajib 1x dalam 5 hari kerja	Intervensi cepat, guna menjamin kestabilan kiriman customer.
New Customer	Customer baru (< 3 bulan)	2x di bulan pertama, lalu 1x/bulan	Onboarding, memastikan pengalaman awal positif

2.1 Ketentuan Tambahan Frekuensi

- Kunjungan ke customer Level A - E harus dilakukan secara door visit (tatap muka langsung). Follow-up via WhatsApp diperbolehkan sebagai pelengkap, bukan pengganti.
- Lost Customer wajib dikunjungi secara door visit dalam 7 hari kerja sejak teridentifikasi. Tidak boleh hanya via WhatsApp.

- Lost Warning Customer wajib dikontak dalam 5 hari kerja. Door visit atau WhatsApp diperbolehkan, History Level customer A-D Wajib Door visit, History level E Whatsapp diperbolehkan.
- Jika customer menolak dikunjungi, sales wajib mendokumentasikan penolakan tersebut di Record Visit beserta alasannya, dan melakukan follow-up via WhatsApp sebagai gantinya.
- Kunjungan ulang (re-visit) wajib dilakukan jika kunjungan sebelumnya tidak sesuai standard.

BAB 3: STANDAR KELAYAKAN KUNJUNGAN

Setiap kunjungan harus memenuhi standar kelayakan berikut untuk memastikan kunjungan berjalan efektif, profesional, dan menghasilkan output yang berkualitas.

No	Aspek Kelayakan	Standar Prosedur
1	Konfirmasi Jadwal	Sales wajib menghubungi customer via telepon/WhatsApp minimal H-1 untuk konfirmasi kesediaan waktu kunjungan. Dilarang datang tanpa pemberitahuan kecuali diizinkan customer.
2	Riset Data Customer	Sebelum kunjungan, sales wajib mempelajari: histori volume pengiriman 3 bulan terakhir, riwayat keluhan/komplain, status pembayaran, dan catatan kunjungan sebelumnya melalui CRM pada JMS System.
3	Persiapan Materi	Membawa brosur terbaru, informasi promo yang sedang berjalan di kantor cabang (Apabila Ada)
4	Waktu Kunjungan	Kunjungan dilakukan pada jam operasional customer (umumnya 09.00–17.00 WIB). Hindari waktu makan siang (12.00–13.00) kecuali diundang. Durasi kunjungan ideal: 20–45 menit.
5	Etika Kunjungan	<p>Salam pembuka yang sopan, perkenalkan diri & tujuan. Jangan langsung menawarkan produk; pelajari kebutuhan customer terlebih dahulu (New Customer) Ulik Kualitas pengiriman J&T (Pickup, Return) dan pelajari apakah adanya kemungkinan growth volume untuk J&T (Customer Existing)</p> <p>Dengarkan lebih banyak daripada berbicara (Idealnya rasio 70:30). Tidak merokok, makan, atau menggunakan handphone untuk keperluan pribadi selama kunjungan.</p>
6	Penutupan Kunjungan	

Rangkum poin-poin diskusi, sampaikan langkah lanjutan (follow-up action), berikan kartu nama jika belum pernah, ucapkan terima kasih. Isi Record Visit sebelum meninggalkan lokasi.

3.1 Alur Kunjungan (Step-by-Step)

Berikut adalah alur standar kunjungan dari tahap persiapan hingga tindak lanjut pasca-kunjungan:

Tahap	Aktivitas	Detail
H-1	Persiapan	Riset data CRM, konfirmasi jadwal via telepon/WA, siapkan materi & pertanyaan khusus sesuai histori customer
Hari H	Pembukaan (5 menit)	Salam, perkenalan, ice breaking ringan, sampaikan tujuan kunjungan secara singkat
	Diskusi & Fact-Finding (20-30 menit)	Tanyakan pertanyaan standar, dengarkan aktif, catat poin penting, tawarkan solusi yang relevan
	Penutupan (5-10 menit)	Rangkum hasil diskusi, sampaikan solusi atau strategi serta timeline yang akan dilakukan guna dapat menyelesaikan kesulitan Customer, foto bersama, ucapkan terima kasih
	Dokumentasi (15 menit)	Isi Record Visit di CRM, upload lampiran bukti, kirim pesan terima kasih via WA ke customer
H+1	Tindak Lanjut	Eksekusi Solusi Atau Strategi yang disepakati, follow-up via WA/telepon jika ada pending issue, lapor ke Supervisor

Note :

Segala jenis Solusi atau Strategi yang dapat ditawarkan, dapat didiskusikan terlebih dahulu ke Team Marketing Cabang guna **tidak over promised** ke customer.

BAB 4: STANDAR PENAMPILAN

Penampilan sales merepresentasikan citra perusahaan di mata customer. Standar berikut wajib dipenuhi setiap kali melakukan kunjungan agar tercipta kesan profesional dan terpercaya.

Aspek	Standar
Seragam / Pakaian	Wajib mengenakan seragam perusahaan (kemeja berlogo). Jika tidak tersedia, gunakan kemeja polos rapi berwarna netral (putih, biru muda, hitam) dengan ID Card terlihat jelas.
ID Card	Wajib dikenakan selama waktu kunjungan, Pastikan foto dan nama masih berlaku.
Celana / Bawahan	Celana panjang bahan atau chino berwarna gelap (hitam, navy, abu-abu tua). Dilarang: jeans robek, celana pendek, sandal.
Sepatu	Sepatu tertutup, bersih, dan layak pakai. Diperbolehkan: sepatu kulit, sneakers formal. Dilarang: sandal, crocs, flip-flop.
Grooming	Rambut tertata rapi. Pria: wajah bersih atau jenggot rapi. Wanita: makeup natural. Kuku bersih dan pendek. Tidak bau badan, gunakan parfum secukupnya.
Perlengkapan Wajib	Buku catatan/tablet, alat tulis, kartu nama perusahaan, brosur/katalog layanan terbaru, handphone untuk dokumentasi.
Kendaraan	Kendaraan operasional harus bersih dan layak jalan. Jika menggunakan kendaraan pribadi, pastikan tidak ada stiker/atribut yang tidak profesional.

4.1 Larangan Penampilan

Berikut adalah hal-hal yang secara tegas dilarang saat melakukan kunjungan customer:

- Mengenakan kaos oblong, singlet, atau pakaian yang tidak pantas.
- Menggunakan sandal jepit, crocs, atau alas kaki terbuka.
- Mengenakan aksesoris berlebihan yang mengganggu profesionalitas (rantai besar, topi non-formal, kacamata hitam di dalam ruangan).
- Merokok di area customer atau dalam kendaraan operasional saat bersama customer.
- Mengunyah permen karet atau makan selama kunjungan.
- Menggunakan handphone untuk keperluan pribadi (scrolling media sosial, bermain game) saat sedang berinteraksi dengan customer.

BAB 5: STANDAR PERTANYAAN KE CUSTOMER

5.1 Pertanyaan Wajib (Semua Level Customer)

Daftar pertanyaan berikut wajib ditanyakan pada setiap kunjungan sebagai framework diskusi. Sales diperbolehkan menyesuaikan bahasa dan urutan sesuai konteks percakapan, namun substansi pertanyaan harus tercakup.

No	Pertanyaan Standar	Tujuan Pertanyaan
1	Bagaimana pengalaman pengiriman Bapak/Ibu selama bulan ini?	Mengukur tingkat kepuasan umum dan menggali keluhan terpendam.
2	Apakah ada kendala atau keluhan terkait layanan kami yang belum terselesaikan?	Mengidentifikasi masalah operasional aktif (keterlambatan, kerusakan, dsb).
3	Bagaimana respons tim customer service kami saat Bapak/Ibu menghubungi?	Mengevaluasi kualitas after-sales dan responsivitas tim internal.
4	Apakah ada kebutuhan layanan tambahan yang belum kami penuhi? (COD, pick-up terjadwal, packaging khusus, dsb.)	Menggali peluang upselling dan kebutuhan layanan baru.
5	Apakah saat ini Bapak/Ibu juga menggunakan jasa ekspedisi lain? Jika iya, apa yang membuat mereka menarik?	Menganalisis posisi kompetitif dan benchmark terhadap kompetitor.
6	Bagaimana rencana volume pengiriman Bapak/Ibu untuk bulan/kuartal depan?	Forecasting volume dan perencanaan kapasitas operasional.
7	Apakah harga/tarif yang kami tawarkan sudah sesuai dengan value yang diterima?	Mengevaluasi price sensitivity dan ruang negosiasi.
8	Apa saran Bapak/Ibu agar layanan kami bisa lebih baik?	Mengumpulkan feedback konstruktif untuk continuous improvement.

5.2 Pertanyaan Khusus untuk Lost Customer

Selain pertanyaan wajib di atas, untuk kunjungan ke Lost Customer, sales wajib menambahkan pertanyaan berikut untuk menggali akar permasalahan dan peluang recovery:

No	Pertanyaan Khusus Lost Customer	Tujuan
1	Kami perhatikan bulan ini belum ada pengiriman dari Bapak/Ibu. Boleh kami tahu apa yang terjadi?	Menggali root cause kehilangan volume secara langsung tanpa asumsi.
2	Apakah ada insiden tertentu yang menyebabkan Bapak/Ibu berhenti menggunakan layanan kami?	Identifikasi akar masalah yang memicu kehilangan customer.
3	Saat ini Bapak/Ibu menggunakan jasa ekspedisi apa? Apa yang menjadi pertimbangan utamanya?	Memahami competitive advantage, kompetitor yang harus diimbangi.
4	Apa yang perlu kami perbaiki agar Bapak/Ibu bersedia menggunakan layanan kami kembali?	Mendapatkan syarat recovery yang konkret dan dapat direalisasikan agar dapat memenangkan kembali kepercayaan customer.
5	Jika kami bisa menawarkan [solusi spesifik berdasarkan keluhan], apakah Bapak/Ibu tertarik untuk mencoba kembali?	Closing attempt dengan solusi yang disesuaikan dengan kendala yang sudah disampaikan customer.

Note :

Segala jenis masalah yang menyebabkan kehilangan Customer, dapat didiskusikan ke Team Marketing Cabang terkait untuk didiskusikan strategi untuk dapat memenangkan kembali kepercayaan customer dan kembali melakukan pengiriman.

5.3 Panduan Teknik Bertanya

Agar sesi diskusi berjalan efektif dan menghasilkan insight yang bernilai, sales perlu menerapkan teknik bertanya berikut:

- Gunakan pertanyaan terbuka (open-ended) untuk menggali informasi mendalam. Hindari pertanyaan yang bisa dijawab hanya dengan "ya" atau "tidak".
- Dengarkan aktif: jangan memotong pembicaraan customer. Buat catatan singkat dan tanyakan klarifikasi setelah customer selesai berbicara.

- Gunakan teknik mirroring: ulangi poin penting yang disampaikan customer untuk menunjukkan bahwa Anda mendengarkan dan memahami.
- Hindari pertanyaan yang bersifat menyalahkan atau defensif, seperti "Kenapa Bapak/Ibu tidak pakai jasa kami lagi?" Gunakan versi yang lebih netral dan empatik.
- Setiap keluhan harus direspon dengan empati terlebih dahulu sebelum menawarkan solusi. Contoh: "Kami mohon maaf atas ketidaknyamanannya, Pak/Bu. Boleh saya catat detailnya agar kami bisa segera tindak lanjuti?"
- Di akhir sesi, selalu rangkum poin-poin yang telah didiskusikan dan konfirmasi kembali ke customer untuk memastikan tidak ada miskomunikasi.

BAB 6: STANDAR LAMPIRAN BUKTI KUNJUNGAN

6.1 Checklist Lampiran

Setiap kunjungan harus dilengkapi dengan lampiran bukti yang memenuhi spesifikasi berikut. Lampiran ini menjadi dasar verifikasi kebenaran dan kualitas kunjungan.

No	Jenis Lampiran	Spesifikasi	Status
1	Foto bersama customer	Wajah sales & customer terlihat jelas, natural (tidak staged berlebihan)	Wajib
2	Foto lokasi usaha / toko	Memperlihatkan signage/papan nama toko, tampak depan, suasana usaha	Wajib
3	Timestamp & geolocation foto	Otomatis dari aplikasi pihak ketiga / kamera bawaan (apabila ada timestamp) . Tanggal, jam, koordinat GPS tercantum Jelas	Wajib
4	Feedback Record Visit (digital)	Diisi lengkap melalui aplikasi Zhitu sebelum meninggalkan lokasi	Wajib
5	Screenshot WhatsApp (jika via WA)	Terlihat nama/nomor kontak customer, isi percakapan, dan balasan customer	Wajib (jika WA)
6	Foto produk/paket customer	Menunjukkan jenis barang yang dikirim untuk dokumentasi tambahan	Opsional

6.2 Spesifikasi Teknis Foto Dalam Lampiran

Foto yang dilampirkan harus memenuhi kriteria teknis berikut untuk dianggap valid:

- Resolusi minimum: 1 megapixel (kualitas standar smartphone).
- Pencahayaan: cukup terang sehingga wajah dan objek dapat diidentifikasi dengan jelas. Hindari foto backlight (membelakangi cahaya).
- Orientasi: landscape atau portrait, yang penting seluruh subjek terlihat jelas dan tidak terpotong.
- Timestamp dan geolocation harus aktif di kamera/aplikasi pihak ketiga. Foto tanpa data waktu dan lokasi dianggap tidak valid.
- Foto tidak boleh diedit, diberi filter, atau dimanipulasi dalam bentuk apapun.
- Foto selfie bersama customer: wajah sales dan customer harus terlihat jelas, tidak blur, dengan latar belakang yang menunjukkan lokasi usaha customer.

6.3 Ketentuan Screenshot WhatsApp

Untuk follow-up via WhatsApp, screenshot harus memenuhi ketentuan berikut:

- Nama atau nomor kontak customer terlihat di bagian atas layar percakapan.
- Terdapat isi percakapan yang substansial (bukan hanya "selamat pagi" atau stiker).
- Terdapat balasan dari customer yang menunjukkan percakapan dua arah.
- Timestamp percakapan terlihat dan sesuai dengan tanggal kunjungan yang dilaporkan.
- Jika percakapan panjang, lampirkan beberapa screenshot yang mencakup awal hingga akhir diskusi.

6.4 Batas Waktu Upload

Seluruh lampiran bukti dan Record Visit harus di-upload ke sistem CRM paling lambat pada hari yang sama dengan kunjungan (H+0), sebelum pukul 24.00 WIB. Keterlambatan upload akan mempengaruhi skor kualitas kunjungan.

BAB 7: PENGISIAN RECORD VISIT

Record Visit adalah dokumentasi utama hasil kunjungan yang harus diisi secara lengkap dan akurat. Berikut adalah field-field yang harus diisi beserta panduan pengisiannya:

Standarisasi Follow Up Kunjungan Langsung Pelanggan

Setiap kunjungan langsung ke calon pelanggan wajib mengikuti standar, berikut untuk memastikan profesionalitas dan validitas data lapangan :

- . Menggunakan atribut resmi J&T (baju atau lanyard)
- . Melampirkan foto dengan timestamp yang mencakup waktu, lokasi dan identitas agent
- . Foto bersama calon pelanggan harus dalam kondisi tidak blur dan terlihat jelas



Foto terlihat jelas dengan calon pelanggan

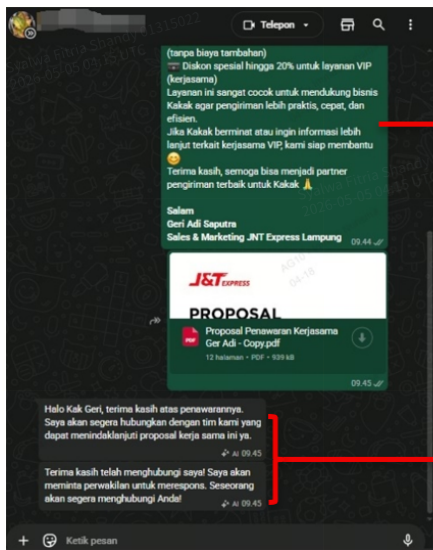
Menggunakan atribut resmi J&T Express

Terdapat Timestamp yang detail

Follow up via Chat/ Whats App

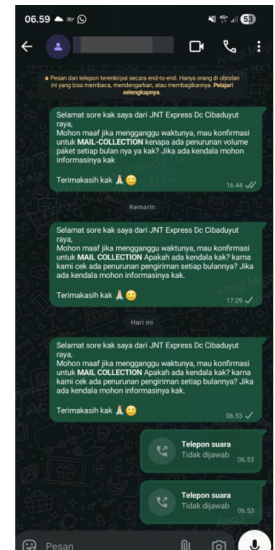
Terdapat nama atau kontak klien di dalam screenshot (lebih baik jika kontak tidak di save).

Terdapat hasil percakapan atau balasan dari klien



Terdapat penawaran dari sales J&T Express

Terdapat keputusan dari klien/pelanggan



Sales Sudah menghubungi lebih dari 3 kali

7.1 Panduan Ringkasan Hasil Diskusi

Field "Keterangan" adalah bagian terpenting dari Record Visit. Ringkasan yang baik harus memenuhi kriteria berikut:

- Minimum 3 kalimat yang substantif (bukan template copy-paste).
- Mencakup 3 aspek: (a) situasi bisnis customer saat ini, (b) keluhan atau masalah yang disampaikan, dan (c) peluang atau action items yang teridentifikasi.
- Menggunakan data spesifik, bukan generalisasi. Contoh buruk: "Customer puas dengan layanan." Contoh baik: "Customer menyatakan SLA pickup di area Cibinong masih sering terlambat 1-2 jam dari jadwal, terutama di hari Senin dan Jumat. Mengusulkan dedicated pickup slot pukul 14.00."
- Jika ada keluhan, sertakan detail spesifik: nomor resi bermasalah, tanggal kejadian, jenis masalah, dan dampak ke bisnis customer.

BAB 8: EVALUASI KUNJUNGAN

8.1 Evaluasi dan Monitoring Kunjungan

Setiap kunjungan akan dinilai sesuai dengan standard yang sudah dijelaskan pada beberapa poin diatas. Marketing HQ & Marketing Cabang akan secara rutin monitoring seluruh feedback pada hasil visit yang nantinya akan diupload kedalam Record Visit JMS / Zhitu.

Apabila Adanya hasil kunjungan yang tidak sesuai dengan syarat dari poin diatas, maka akan dibuatkan tugas Record Visit baru untuk customer tersebut kepada sales yang berkaitan guna dapat mendapatkan Record Visit yang baik dan aktual sesuai dengan standard yang sudah diberikan pada poin diatas.

8.2 Sanksi Pelanggaran

Untuk Record Visit yang tidak sesuai standard, maka Marketing HQ atau Marketing Cabang akan memberikan tugas Record Visit baru ke Zhitu / JMS masing-masing Sales.

Marketing HQ juga berhak untuk memberikan pemotongan poin pada komponen penilaian Follow Up Record Visit pada Penilaian Sales yang berjalan pada masing-masing Sales.

BAB 9: STANDAR PENGINPUTAN RECORD VISIT PADA JMS & ZHITU APP

9.1 Penginputan melalui JMS

JMS adalah sistem internal manajemen operasional dan customer yang digunakan oleh J&T Express untuk mendukung aktivitas bisnis

Bagi seorang sales, JMS sangat penting untuk penginputan data calon customer dan memantau perkembangan customer aktif.

Setelah dilakukan record visit oleh sales, hasil record visit harus di input di sistem untuk

Berikut adalah standar penginputan data record visit :

Cara menambahkan record visit pada JMS :

Alur Menu JMS: Customer - CRM - Visit Klien - Record Visit

The screenshot shows the JMS application interface. At the top, there are tabs for 'Jadwal kunjungan' and 'Approval'. Below the tabs, there is a search bar with a 'Cari' button and several filter buttons: 'Ekspor', 'Kosongkan', 'Tambah' (highlighted with a red box), 'Assign to', 'Review HQ', 'Pusat Unduhan', and 'Mode kalender'. There is also a 'Tutup' button on the right. Below the filters, there are several input fields for search and filtering, including 'Sell', 'Jenis Tugas Kunjungan', 'Status Klien', 'Kepemilikan Agent Klien', 'DP Kepemilikan', 'Follow Up oleh sales', 'Status Review HQ', 'Waktu Kunjungan yang Di...', 'Jenis Klien', 'Nama petugas follow-up', and 'Kode pelanggan'. Below these fields, there is a summary bar showing 'Sudah Follow Up: 0' and 'Belum Follow Up: 2'. At the bottom, there is a table with the following columns: 'No.', 'ID Visit', 'Jenis Klien', 'Kepemilik', 'Sell', 'Nama Klien', 'Waktu Create Klien', 'Kode pelanggan', 'Jumlah Paket Periode Sebelumnya', 'Jumlah Paket Periode Ini', 'Level Klien Pi', and 'Operasi'. The table contains two rows of data.

No.	ID Visit	Jenis Klien	Kepemilik	Sell	Nama Klien	Waktu Create Klien	Kode pelanggan	Jumlah Paket Periode Sebelumnya	Jumlah Paket Periode Ini	Level Klien Pi	Operasi
1	202408270...	Regular-Lainnya	HQ	Tika	HQTIKA	2024-07-22 09:35:36	HQTIKA	86	65	F	
2	202408290...	--	AGENT...	Esha B...	BLIBU RETUR T...	2016-10-01 10:18:54	BDO03101	0	23	--	

1. Masukkan nama client dan search, sistem akan secara otomatis mendapatkan informasi data perubahan client terkait.

Halaman Beranda | Jadwal kunjungan | **Penambahan Jadwal Kunjungan** ✕

I Informasi Dasar Pelanggan

* Akun pelanggan/nama pel. Jenis Klien DP Kepemilikan Kepemilikan Agent Klien Waktu Create Klien Jumlah Paket Periode Sebel.

TESTINGCINDY | 123TESTYA Level Klien Periode Sebelum Level Klien Periode Ini * Jenis Tugas Kunjungan * Status Klien * Follow Up oleh sales

* Waktu Kunjungan yang Dir Silahkan input

Halaman Beranda | Jadwal kunjungan | **Penambahan Jadwal Kunjungan** ✕

I Informasi Dasar Pelanggan

* Akun pelanggan/nama pel. Jenis Klien DP Kepemilikan Kepemilikan Agent Klien Waktu Create Klien Jumlah Paket Periode Sebel.

Jumlah Paket Periode Ini Level Klien Periode Sebelum Level Klien Periode Ini * Jenis Tugas Kunjungan * Status Klien * Follow Up oleh sales

* Waktu Kunjungan yang Dir

<< < 2024 Tahun September > >>

Min	Sen	Sel	Rab	Kam	Jum	Sab
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5

- Tampilan data manual yang telah ditambahkan

Jadwal kunjungan Approval

Status Follow Up : Jenis Tugas Kunjungan : Status Klien : Kepemilikan Agent Klien : DP Kepemilikan : Follow Up oleh sales : Status Review HQ : Waktu Kunjungan yang Di... Ke

Jenis Klien : Nama petugas follow-up : Kode pelanggan :

Sudah Follow Up: 0 Belum Follow Up: 1

<input type="checkbox"/>	No.	ID Visit	Jenis Klien	Kepemilik Sell	Nama Klien	Waktu Create Klien	Kode pelanggan	Jumlah Paket Periode Sebelumnya	Jumlah Paket Periode Ini	Level Klien Periode Sebelumnya	Level Klien Periode Ini	Status Kli	Operasi	
<input type="checkbox"/>	1	202408260...	...	AGENT...	imm	ASGC (authetic...	2020-11-30 09:26:14	BD0960008	0	0	--	--	Newly ...	<input type="button" value=""/> <input type="button" value=""/>

Follow-up Record Visit

- Apabila sales telah melakukan visit, maka hasil visit harus dimasukkan ke dalam tab follow up dengan menekan tombol operasi follow up. Bukti foto visit atau attachment **HARUS** sesuai dengan standar CRM [Standarisasi Follow-up Lost Customer dan Warning Lost Customer](#).

Jadval kunjungan Approval

Status Follow Up:
 Jenis Tugas Kunjungan:
 Status Klien:
 Kepemilikan Agent Klien:
 DP Kepemilikan:
 Follow Up oleh sales:
 Status Review HQ:
 Waktu Kunjungan yang DL: Ke

Jenis Klien:
 Nama petugas follow-up:
 Kode pelanggan:

Sudah Follow Up: 0 Belum Follow Up: 1

No.	ID Visit	Jenis Klien	Kepemilik	Scell	Nama Klien	Waktu Create Klien	Kode pelanggan	Jumlah Paket Periode Sebelumnya	Jumlah Paket Periode Ini	Level Klien Periode Sebelumnya	Level Klien Periode Ini	Status Klien	Opsional	
1	202408260...	--	AGENT...	imm	ASGC (authentic...	2020-11-30 09:26:14	BDO960008	0	0	--	2024-2-25...	--	Newly...	<input type="checkbox"/>

- Kolom 'Waktu Next Follow-up' bersifat opsional, namun apabila diisi akan memunculkan record visit baru.

Data Follow Up


Nama Sales:
 ID client:
 Nama Klien:
 Nama kontak pelanggan:
 Jabatan pelanggan:
 No HP Klien:
 Jenis Tugas Kunjungan:
 Metode Follow Up:
 Hasil Follow Up:

* Detail Follow Up

Langkah Selanjutnya

Waktu Next Follow up

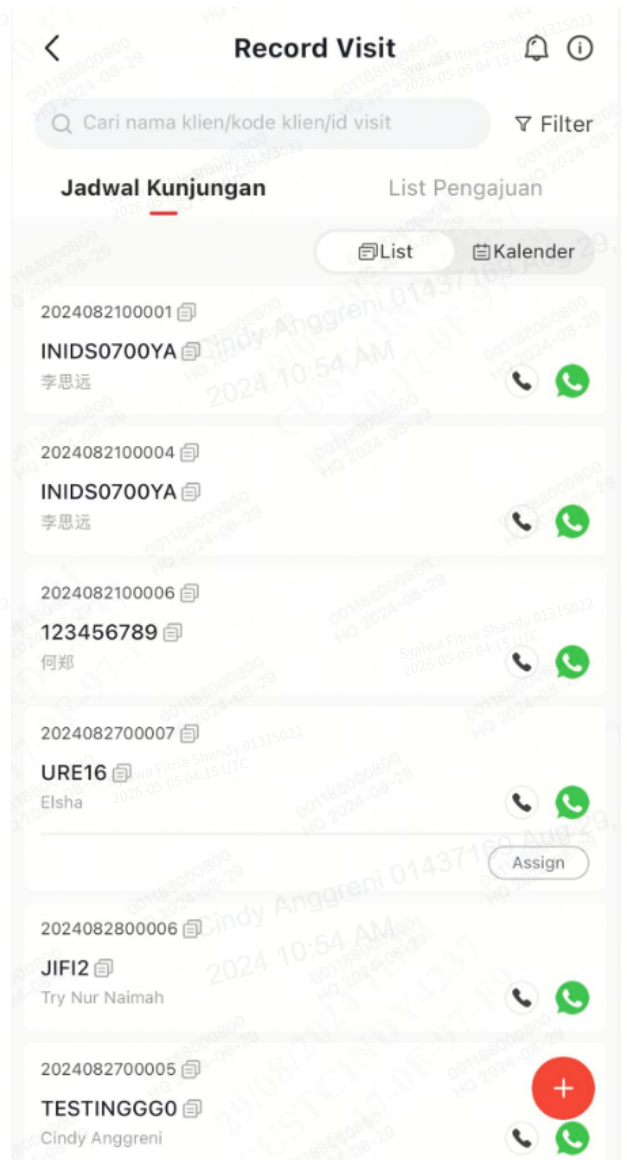
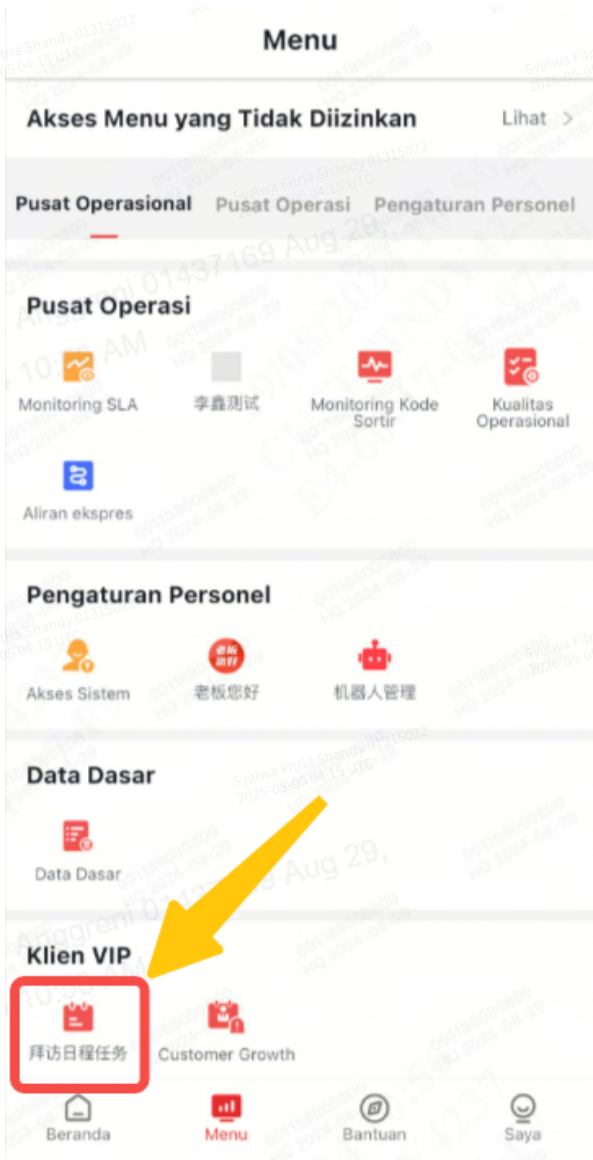
* Upload Foto Visit:



Hasil Follow Up		Detail Follow Up	Langkah Selanjutnya
Alasan Level 1	Alasan Level 2		
Layanan	Pick Up Tidak Tepat Waktu	- Apa penyebab pick up tidak tepat waktu?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT? - Apakah perlu bantuan dari HQ? No. resinya adalah? (optional)
	Pengiriman tidak tepat waktu	- Apa penyebab pengiriman tidak tepat waktu?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT? - Apakah perlu bantuan dari HQ? No. resinya adalah? (optional)
	Paket Pengiriman Layanan Express Rusak	- Apa penyebab paket customer rusak?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT? - Apakah perlu bantuan dari HQ? No. resinya adalah? (optional)
	Paket Pengiriman Layanan Express Hilang	- Apa penyebab paket customer hilang?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT? - Apakah perlu bantuan dari HQ? No. resinya adalah? (optional)
	Sikap Kurir / Customer Service Buruk	- Apa yang membuat klien merasa sikap customer service / kurir buruk?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT? - Apakah perlu bantuan dari HQ? No. resinya adalah? (optional)
	Retur tidak sesuai aturan (retur tidak dikonfirmasi dengan pelanggan dan tidak memiliki POD yang valid)	- Apa penyebab terjadinya retur pada pengiriman customer?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT? - Apakah perlu bantuan dari HQ? No. resinya adalah? (optional)
	Fake Scan TTD	- Apa penyebab terjadinya fake scan TTD pada pengiriman customer?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT? - Apakah perlu bantuan dari HQ? No. resinya adalah? (optional)
Persaingan	Persaingan - Harga Kompetitor lebih rendah	- Apa nama kompetitor yang bekerjasama dengan klien? - Apa keunggulan/best price yang ditawarkan kompetitor? - Berapa harga yang ditawarkan JNT ke klien?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT?
	Persaingan - Jangka Waktu Pencairan Dana COD lebih Pendek	- Apa nama kompetitor yang bekerjasama dengan klien? - Berapa lama jangka waktu pencairan COD di kompetitor? - Berapa lama jangka waktu pencairan COD di JNT?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT?
Alasan Customer	Produk pelanggan dikirim secara musiman/penjualan musiman telah berakhir	- Produk apa yang biasanya dikirim/dijual klien? - Apa penyebab menurunnya pengiriman? - Kapan pengiriman akan kembali normal?	
	tidak lost customer, tapi pada bulan tersebut tidak ada pengiriman	- Produk apa yang biasanya dikirim/dijual klien? - Apa penyebab menurunnya pengiriman? - Kapan pengiriman akan kembali normal?	
	Alamat customer pindah	- Produk apa yang biasanya dikirim/dijual klien? - Klien pindah ke daerah mana? - Apa alasan klien pindah?	
	toko customer tutup	- Produk apa yang biasanya dikirim/dijual klien? - Apa alasan klien menutup tokonya?	
	proyek pelanggan telah selesai	- Proyek apa yang diadakan oleh customer? - Kapan proyek tersebut dilaksanakan/diadakan?	
	Customer tidak membayar tagihan	- Apa alasan customer tidak membayar tagihan?	- Solusi apa yang diberikan oleh JNT supaya customer membayar tagihan tepat waktu?
	Pelanggan beralih ke platform e-commerce untuk menjual barang	- Klien beralih ke e-commerce apa? - Apa nama toko klien di e-commerce tsb? - Apa alasannya beralih ke e-commerce tsb?	
	Pengiriman menggunakan diskon dari APP	- Apa diskon yang didapat klien dari APP? - Berapa diskon yang didapat klien VIP?	
	Perubahan akun pengiriman customer	- Apa alasan klien mengubah akunnya? - Apa nama akun klien setelah perubahan?	
	Lainnya	Kontrak pelanggan sedang diperbarui	- Apa alasan customer baru perpanjang akunnya sekarang?
Akun Event Diskon DP		- Akun internal digunakan untuk apa?	

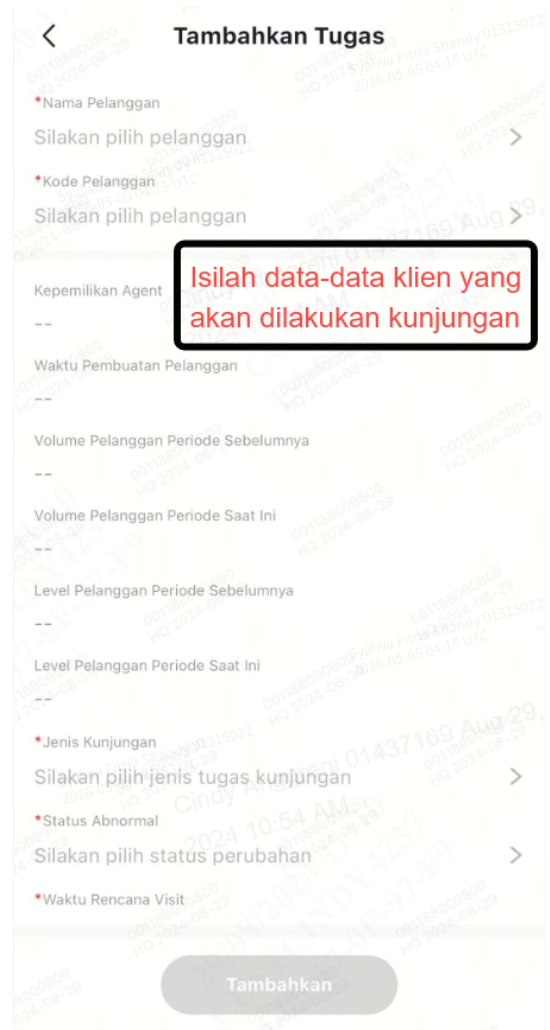
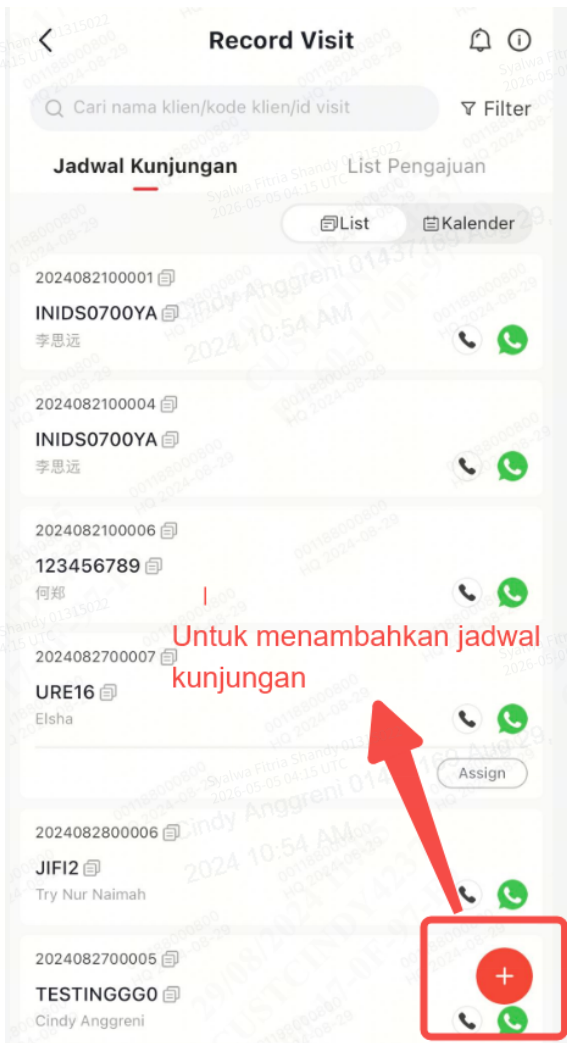
9.2 Penginputan JMS APP (ZhiTu APP)

--	--



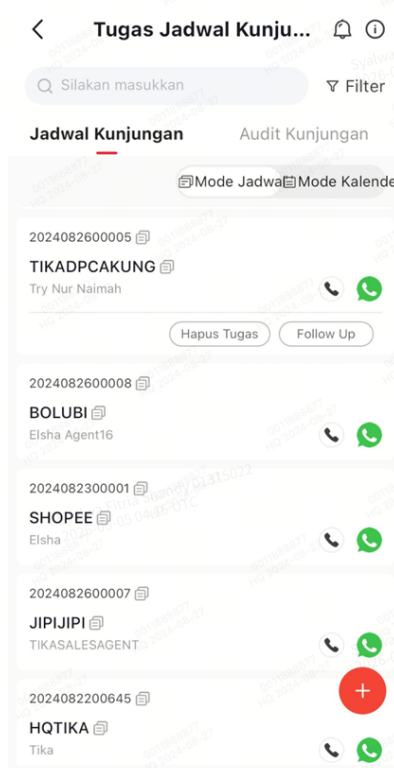
Menambahkan Record Visit Baru

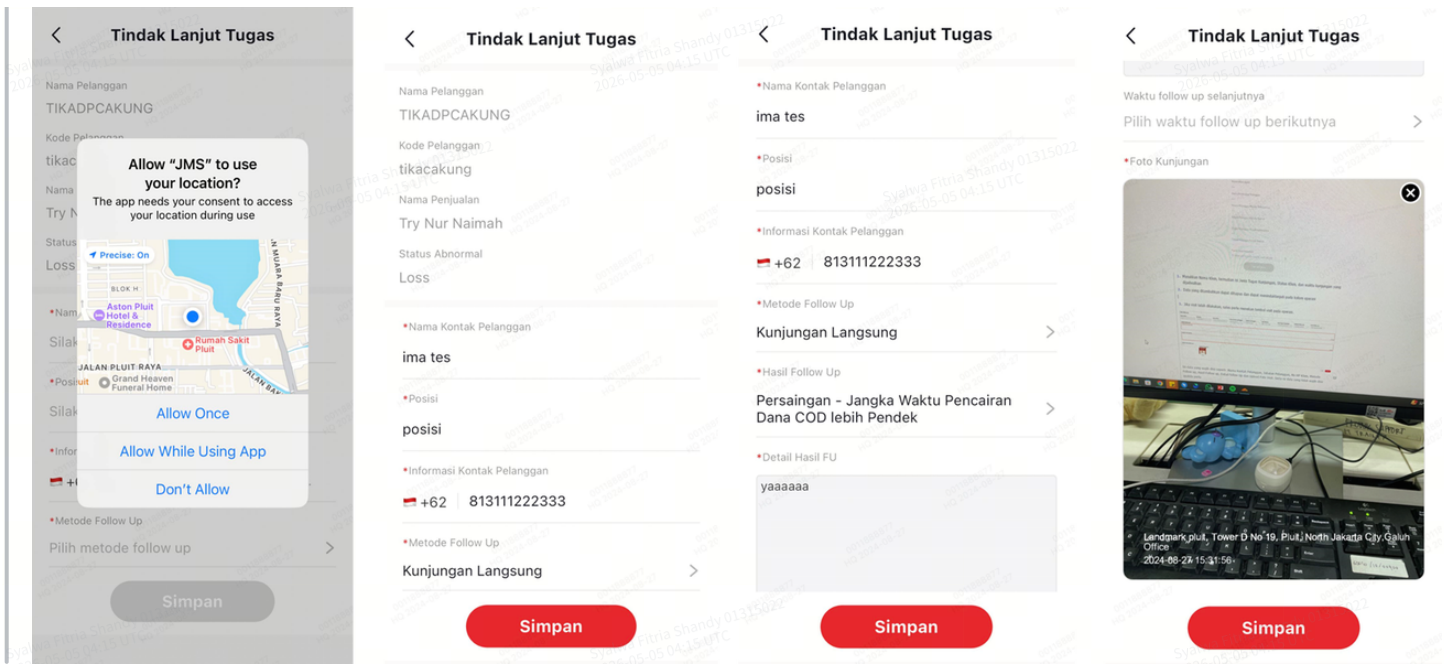
Untuk menambah record visit maka dapat memilih tombol tambah dan akan muncul tampilan halaman pengisian informasi klien, kemudian informasi klien wajib diisi



Follow-up Record Visit

Data yang ditambahkan melalui sumber data manual dapat dihapus jika belum dilakukan follow-up. Namun, jika telah dilakukan follow-up maka record visit tidak dapat dihapus





BAB 10: PENUTUP

- SOP ini berlaku efektif sejak tanggal 1 Mei 2026 yang dimana menggantikan seluruh ketentuan kunjungan sales yang berlaku sebelumnya.
- Perubahan terhadap SOP ini disusun oleh Marketing HQ dan sudah mendapatkan persetujuan dari management HQ.
- Seluruh sales wajib mempelajari dan memahami SOP ini dengan seksama guna mencapai standarisasi yang sama secara nasional, Realisasi Standarisasi pemahaman wajib dibantu dari team terkait pada management Kantor Cabang.
- Apabila adanya pertanyaan perihal SOP ini, dapat langsung menghubungi Team Marketing Kantor Cabang terkait.