|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.Dokumen** : SOP/MKT/02 | **STANDARD OPERATING PROCEDURE** | **NAMA PERUSAHAAN** |
| **Tgl Berlaku** : 1 Mei 2016 |
| **Status Revisi** : 00 | **KUNJUNGAN KE PELANGGAN** |
| **Halaman** : 1/1 | **Departemen** **: MARKETING** |

**1. TUJUAN**

Untuk mendapat masukan dan memberikan informasi mengenai produk dan pelayanan.

2**. CAKUPAN**

Seluruh pelanggan perusahaan.

**3. DEFINISI**

MKT = Marketing

**4. DOKUMEN**

Form Kunjungan Pelanggan

**5. RINCIAN PROSEDUR**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **KEGIATAN** | **TANGGUNG JAWAB** |
| 5.1  5.2  5.3  5.4  5.5  5.7  5.8  5.9  5.10  5.11  5.12 | Identifikasi pelanggan berdasarkan database yang ada.  Membuat rencana kunjungan rutin ke pelanggan setiap bulan.  Membuat janji berkunjung ke pelanggan.  Menyiapkan kendaraan dan kebutuhan lain sebelum berangkat.  Temui pelanggan, tersenyum, beri salam, tanya kabar dan jalin komunikasi yang menyenangkan.  Jaga kontak mata, bahasa tubuh yang tepat dan presentasikan produk disela-sela pembicaraan.  Minta saran dan masukan tentang produk dan pelayanan selama ini.  Akhiri pembicaraan dengan ucapan terima kasih dan sampaikan harapan untuk bertemu kembali.  Menulis hasil kunjungan ke dalam Form Kunjungan pelanggan dan informasikan kepada Manager.  Apabila terdapat masalah, masukan dari pelanggan diskusikan dengan departemen yang terkait dan informasikan kepada Dirut.  Apabila telah ada solusi dari masalah atau masukan tersebut, segera kabarkan ke pelanggan yang bersangkutan tanpa perlu menunggu jadwal kunjungan rutin. | Mgr MKT  Mgr MKT  Staf MKT  Staf MKT  Staf MKT  Staf MKT  Staf MKT  Staf MKT  Staf MKT  Mgr MKT  Staf MKT |