

Analisa Kenapa 10 Leads yang Hot Minggu Lalu Gagal Closing atau Drop

TABEL 1: RINGKASAN UTAMA

Metrik	Jumlah	Persentase
Total Hot Leads Minggu Lalu	10	100.0%
Berhasil Closing	0	0.0%
Drop Total	10	100.0%
Drop karena Harga/Skema Pembayaran	3	30.0%
Drop karena Faktor Keluarga/Internal Buyer	2	20.0%
Drop karena Lokasi/Produk Tidak Fit	2	20.0%
Drop karena Follow-up Lemah / Momentum Hilang	2	20.0%
Drop karena Kendala Approval / Administrasi	1	10.0%

TABEL 2: STATUS AKHIR 10 HOT LEADS

Status Akhir	Jumlah	Persentase
Drop Permanen	6	60.0%
Pending Lama / Freeze	3	30.0%
Pindah ke Proyek Kompetitor	1	10.0%

TOTAL HOT LEADS	10	100.0%
-----------------	----	--------

TABEL 3: DETAIL 10 LEADS YANG DROP

No	Nama Lead Dummy	Proyek yang Diminati	Status Sebelum Drop	Alasan Utama Drop	Kategori Penyebab
1	Rina Maheswari	Green Valley Residence	Hot	DP dirasa terlalu berat untuk cashflow bulan ini	Harga / Pembayaran
2	Daniel Prakoso	Green Valley Residence	Hot	Istri belum setuju karena lokasi terlalu jauh dari sekolah anak	Faktor Keluarga
3	Siska Paramita	Aruna Terrace	Hot	Setelah lihat unit, merasa ukuran bangunan terlalu kecil	Produk Tidak Fit
4	Kevin Halim	Eastwood Living	Hot	Follow-up terlambat 2 hari setelah minta simulasi KPR	Follow-up Lemah

5	Dhea Lestari	Eastwood Living	Hot	Menemukan proyek kompetitor dengan bonus biaya legalitas	Kompetitor / Penawaran
6	Bagas Nugroho	Green Valley Residence	Hot	Approval KPR awal tidak lolos karena rasio cicilan	Approval / Administrasi
7	Celine Oktavia	Aruna Terrace	Hot	Orang tua menyarankan menunda pembelian sampai semester depan	Faktor Keluarga
8	Farhan Akbar	Green Valley Residence	Hot	Harga all in di luar ekspektasi setelah hitung biaya tambahan	Harga / Pembayaran
9	Nadia Putri	Eastwood Living	Hot	Sudah antusias di awal, tapi tidak ada urgency saat follow-up akhir	Follow-up Lemah

10	Reza Wicaksono	Aruna Terrace	Hot	Lokasi proyek kurang cocok dengan rute kerja harian	Lokasi / Produk Tidak Fit
----	----------------	---------------	-----	---	---------------------------

TABEL 4: BREAKDOWN PENYEBAB DROP

Kategori Penyebab	Jumlah	Persentase	Insight Singkat
Harga / Pembayaran	3	30.0%	Buyer tertarik, tetapi mentok saat masuk ke komitmen uang muka dan biaya all in
Faktor Keluarga / Decision Maker Lain	2	20.0%	Buyer utama tidak bisa mengambil keputusan sendiri
Lokasi / Produk Tidak Fit	2	20.0%	Minat tinggi di awal, tetapi mismatch saat dibandingkan dengan kebutuhan harian
Follow-up Lemah / Momentum Hilang	2	20.0%	Lead panas kehilangan urgency karena jeda follow-up terlalu lama atau tidak tajam
Approval / Administrasi	1	10.0%	Lead siap beli, tetapi terhenti di tahap kelayakan pembiayaan
TOTAL	10	100.0%	-

TABEL 5: BREAKDOWN PER PROYEK

Proyek	Jumlah Lead Drop	Persentase dari 10 Lead	Penyebab Dominan
Green Valley Residence	4	40.0%	DP berat, approval KPR, lokasi
Eastwood Living	3	30.0%	Follow-up lemah, kompetitor lebih agresif
Aruna Terrace	3	30.0%	Ukuran unit, pertimbangan keluarga, lokasi
TOTAL	10	100.0%	-

TABEL 6: TIMELINE MOMEN DROP

Tahap Funnel	Jumlah Lead Drop	Persentase
Setelah Minta Pricelist dan Simulasi	2	20.0%
Setelah Visit / Survey Lokasi	3	30.0%
Setelah Diskusi DP / Skema Bayar	2	20.0%
Setelah Follow-up Ulang Pasca Interest Tinggi	2	20.0%
Setelah Pengajuan Awal KPR	1	10.0%

TOTAL	10	100.0%
-------	----	--------

TABEL 7: ANALISIS MOMENTUM FOLLOW-UP

Metrik	Nilai
Rata-rata response time sales ke hot lead	2 jam 35 menit
Rata-rata delay follow-up setelah buyer minta simulasi	1.4 hari
Lead yang kehilangan momentum karena follow-up lambat	2 lead
Lead yang tidak diberi urgency closing	3 lead
Kualitas follow-up overall	Cukup, namun kurang menekan urgency

TABEL 8: ANALISIS OBJECTION TERBESAR

Objection	Jumlah Muncul	Tingkat Dampak	Keterangan
DP terlalu berat	2	Tinggi	Buyer tertarik, tapi belum siap commit di cash awal
Harga all in lebih tinggi dari bayangan	1	Tinggi	Buyer tidak siap dengan biaya tambahan di luar harga utama

Lokasi kurang cocok	2	Sedang	Buyer merasa waktu tempuh terlalu jauh untuk rutinitas harian
Harus diskusi dengan pasangan / orang tua	2	Tinggi	Decision maker tidak tunggal
Menunggu kepastian KPR	1	Tinggi	Buyer berhenti karena hasil approval tidak sesuai harapan
Tidak ada dorongan urgency	2	Sedang	Buyer tidak merasa perlu segera booking

TABEL 9: DETAIL NARATIF PER LEAD

1. Rina Maheswari

- Status: Drop Permanen
- Proyek: Green Valley Residence
- Kronologi: Sudah masuk tahap hitung cicilan dan tertarik dengan promo awal, tetapi mundur saat mengetahui nominal DP yang perlu disiapkan minggu itu.
- Insight: Lead ini sebenarnya layak, tetapi timing cashflow tidak sesuai.

2. Daniel Prakoso

- Status: Freeze
- Proyek: Green Valley Residence
- Kronologi: Minat tinggi saat diskusi fasilitas, namun keputusan tertahan karena pasangan menilai lokasi kurang ideal untuk akses sekolah anak.
- Insight: Sejak awal, decision maker kedua belum cukup dilibatkan.

3. Siska Paramita

- Status: Drop Permanen

- Proyek: Aruna Terrace
- Kronologi: Sebelum survey sangat antusias, tetapi setelah lihat unit merasa luas bangunan tidak sesuai ekspektasi keluarga.
- Insight: Kualifikasi kebutuhan ruang kurang diperdalam di tahap awal.

4. Kevin Halim

- Status: Freeze
- Proyek: Eastwood Living
- Kronologi: Sudah meminta simulasi KPR dan breakdown biaya, tetapi follow-up berikutnya terlalu lambat sehingga minat buyer menurun.
- Insight: Lead panas tidak boleh dibiarkan dingin lebih dari 24 jam tanpa next step yang jelas.

5. Dhea Lestari

- Status: Pindah ke Kompetitor
- Proyek: Eastwood Living
- Kronologi: Buyer membandingkan proyek lain dan akhirnya memilih kompetitor yang memberikan bonus legalitas serta subsidi biaya tambahan.
- Insight: Penawaran tidak cukup kuat untuk menang dalam fase comparison.

6. Bagas Nugroho

- Status: Drop Permanen
- Proyek: Green Valley Residence
- Kronologi: Buyer siap lanjut, namun terhambat saat pengecekan awal pembiayaan menunjukkan kemampuan cicilan belum aman.
- Insight: Screening finansial seharusnya dilakukan lebih cepat.

7. Celine Oktavia

- Status: Freeze
- Proyek: Aruna Terrace
- Kronologi: Buyer menyukai unit dan lingkungan, tetapi akhirnya menunda karena keluarga menyarankan pembelian dilakukan setelah kondisi keuangan lebih stabil.
- Insight: Perlu teknik follow-up nurture, bukan hard closing langsung.

8. Farhan Akbar

- Status: Drop Permanen
- Proyek: Green Valley Residence
- Kronologi: Buyer tertarik pada harga promosi, tetapi mundur setelah memahami total biaya all in termasuk komponen tambahan.
- Insight: Transparansi biaya sejak awal perlu diperkuat agar tidak muncul shock di tahap akhir.

9. Nadia Putri

- Status: Drop Permanen
- Proyek: Eastwood Living
- Kronologi: Buyer sempat aktif bertanya dan terlihat siap survey ulang, tetapi tidak diberikan urgency dan CTA yang kuat pada fase akhir.
- Insight: Hot lead butuh arah keputusan, bukan hanya informasi.

10. Reza Wicaksono

- Status: Drop Permanen
- Proyek: Aruna Terrace
- Kronologi: Setelah mempertimbangkan rute kerja dan waktu tempuh, buyer merasa lokasi proyek akan terlalu merepotkan untuk aktivitas harian.
- Insight: Kesesuaian lokasi harus divalidasi sebelum lead dibawa terlalu jauh ke tahap hot.

KATEGORI TEMUAN UTAMA: Closing Leakage on Hot Leads

Definisi:

- Lead sudah menunjukkan minat tinggi
- Sudah meminta simulasi, visit, atau diskusi lanjut
- Namun gagal ditutup karena gap di tahap validasi, follow-up, urgency, atau penawaran

INSIGHT SINGKAT

Temuan 1:

- Masalah terbesar bukan di jumlah lead, tetapi di kualitas konversi hot lead menjadi closing. Semua 10 lead sudah cukup dekat ke keputusan.

Temuan 2:

- 30% drop terjadi karena isu harga dan struktur pembayaran. Artinya, buyer tertarik secara produk, tapi mentok di skema deal.

Temuan 3:

- 20% drop terjadi karena follow-up dan urgency yang lemah. Ini bukan masalah pasar, tapi masalah eksekusi sales.

Temuan 4:

- 20% drop muncul dari faktor keluarga. Ini menunjukkan sales belum selalu mengidentifikasi siapa decision maker sesungguhnya.

Temuan 5:

- Sebagian lead seharusnya tidak masuk kategori hot terlalu cepat karena mismatch lokasi dan produk baru terlihat di tahap akhir.

REKOMENDASI TINDAKAN

Area	Rekomendasi
Kualifikasi Awal	Tambahkan pertanyaan wajib tentang decision maker, area prioritas, dan kesiapan DP sebelum lead dianggap hot
Penawaran	Siapkan 2-3 opsi skema bayar dan simulasi all in sejak awal agar buyer tidak kaget di tahap akhir
Follow-up	Terapkan SLA follow-up hot lead maksimal 24 jam setelah simulasi atau visit
Urgency	Gunakan CTA yang lebih tegas, misalnya batas promo, slot unit, atau jadwal survey terdekat
Kompetitor	Bekali sales dengan komparasi value, bukan hanya harga

Screening KPR	Lakukan pre-check sederhana lebih awal untuk lead yang bergantung pada pembiayaan
---------------	---

ACTION PLAN 7 HARI

Hari	Fokus	Output
Hari 1	Review ulang 10 lead drop	Mapping akar masalah per lead
Hari 2	Perbaiki script kualifikasi	Checklist hot lead baru
Hari 3	Update template simulasi biaya	Simulasi all in lebih transparan
Hari 4	Susun template follow-up hot lead	Pesan follow-up lebih tajam
Hari 5	Buat material pembanding kompetitor	Value battlecard sales
Hari 6	Latih sales untuk urgency closing	Script CTA dan objection handling
Hari 7	Re-contact 3 lead freeze	Peluang re-activation

RINGKASAN EKSEKUTIF

Metrik Kunci	Nilai
Total Hot Leads Dianalisis	10
Total Closing	0
Drop Permanen	6
Freeze / Pending Lama	3
Pindah ke Kompetitor	1
Penyebab Dominan	Harga / Pembayaran
Risiko Terbesar	Hot lead tidak ditutup saat momentum tertinggi
Fokus Perbaikan	Kualifikasi, urgency, follow-up, dan skema deal