

Nama Sales: Sales A Periode Analisis: 1-28 Februari 2026

TABEL 1: METRIK KONVERSI UTAMA

Metrik	Jumlah	Persentase
Total Cold Lead Diterima	48	-
Cold -> Warm (Berhasil Dikonversi)	18	37.5%
Cold -> Hot (Langsung ke Hot)	10	20.8%
Warm -> Hot (Escalated dari Warm)	15	83.3%
Warm -> Cold (Re-Cold/Turun Kembali)	1	5.6%
Total Lead Terkonversi (Warm+Hot)	28	58.3%
Conversion Rate Total	28	58.3%

TABEL 2: STATUS AKHIR LEAD (Kondisi Terakhir per 28 Februari)

Status Lead	Jumlah	Persentase
Masih Cold (Belum Terkonversi)	21	43.8%
Masih Warm (Belum Closing)	2	4.2%
Hot Lead (Siap Closing/Sudah Closing)	25	52.1%
TOTAL KONTAK UNIK	48	100.0%

TABEL 3: BREAKDOWN PER HUNIAN (Detail per Properti)

Hunian	Warm Lead	Hot Lead	Cold Lead	Total Kontak	Conversion Rate
Residence Alpha	16	13	16	45	64.4%
Residence Beta	1	2	3	6	50.0%
Residence Gamma	1	0	2	3	33.3%
TOTAL	18	15	21	54	61.1%

Catatan:

- Hitung berdasarkan properti yang dibahas dalam chat
- 1 kontak dapat membahas lebih dari 1 hunian
- Karena itu, total kontak per hunian dapat lebih besar dari total kontak unik
- $\text{Conversion Rate} = (\text{Warm} + \text{Hot}) / \text{Total Kontak per hunian} \times 100\%$

TABEL 4: SUMMARY KATEGORI LEAD (Agregat Total)

Kategori Lead	Jumlah	Persentase dari Total
Total Warm Lead	18	37.5%
Total Hot Lead	10	20.8%
Total Cold Lead	20	41.7%

GRAND TOTAL	48	100.0%
-------------	----	--------

TABEL 5: MATRIKS KONVERSI PER HUNIAN (Detail Flow)

Hunian	Cold Awal	Cold->Warm	Cold->Hot	Warm->Hot	Re-Cold	Masih Cold	Masih Warm	Final Hot
Residence Alpha	31	16	9	13	1	7	2	22
Residence Beta	10	2	1	2	0	7	0	3
Residence Gamma	7	0	0	0	0	7	0	0
TOTAL	48	18	10	15	1	21	2	25

TABEL 6: METRIK KUALITAS KONVERSI

Metrik	Nilai
Rata-rata Waktu Konversi Cold->Warm (hari)	4 hari
Rata-rata Waktu Konversi Warm->Hot (hari)	2 hari
Rata-rata Jumlah Follow-up hingga Konversi	4 kali

Response Time Rata-rata (menit/jam)	145 menit
Konsistensi Performa	Cukup Konsisten

TABEL 7: RE-COLD ANALYSIS (Lead yang Turun Kembali)

Aspek	Detail
Total Warm Lead yang Turun ke Cold	1
Re-Cold Rate	5.6%
Hunian dengan Re-Cold Tertinggi	Residence Alpha
Alasan Utama Re-Cold #1	Lokasi kurang sesuai dengan area preferensi lead
Alasan Utama Re-Cold #2	Harga tidak sesuai dengan ekspektasi awal
Alasan Utama Re-Cold #3	Momentum follow-up tidak cukup kuat setelah inquiry awal

TABEL 8: WEEKLY BREAKDOWN (Trend per Minggu)

Minggu	Total Lead Masuk	Conversions (Warm+Hot)	Re-Cold	Net Conversion
--------	------------------	------------------------	---------	----------------

Week 1 (1-7 Feb)	13	9	0	9
Week 2 (8-14 Feb)	12	8	1	7
Week 3 (15-21 Feb)	11	6	0	6
Week 4 (22-28 Feb)	12	5	0	5
TOTAL	48	28	1	27

TABEL 9: DETAIL KONTAK PER HUNIAN (Penjelasan Singkat)

Residence Alpha:

- Lead A-01: Hot Lead - Sudah hitung simulasi cicilan dan rencana kunjungan
- Lead A-02: Hot Lead - Masuk tahap booking dan diskusi uang tanda jadi
- Lead A-03: Hot Lead - Proses verifikasi administrasi awal
- Lead A-04: Warm Lead - Menanyakan pricelist dan fasilitas utama
- Lead A-05: Warm Lead - Menanyakan tipe unit dan promo berjalan
- Lead A-06: Cold Lead - Menolak karena area tidak sesuai preferensi
- Lead A-07: Cold Lead - Menilai lokasi terlalu jauh dari aktivitas harian

Residence Beta:

- Lead B-01: Hot Lead - Tertarik setelah mendapatkan simulasi angsuran
- Lead B-02: Warm Lead - Masih membandingkan dengan opsi lain
- Lead B-03: Cold Lead - Belum lanjut setelah info harga awal

Residence Gamma:

- Lead C-01: Warm Lead - Baru tahap eksplorasi kebutuhan

- Lead C-02: Cold Lead - Belum merespons follow-up lanjutan

KATEGORI PERFORMA SALES: Good Performer

Kriteria:

- Star Performer: Conversion rate >60%, re-cold rate <15%
- Good Performer: Conversion rate 40-60%, re-cold rate <25%
- Need Improvement: Conversion rate <40% atau re-cold rate >25%

INSIGHT SINGKAT (Maksimal 5 poin):

Kekuatan:

- Sales A cukup kuat mengonversi lead di Residence Alpha, terutama saat menggunakan simulasi cicilan dan penjelasan promo secara spesifik.

Area Perbaikan:

- Follow-up tahap awal masih perlu dipercepat agar lead yang sudah tertarik tidak berhenti di tahap perbandingan harga.

Best Practice:

- Simulasi pembayaran personal dan ajakan kunjungan terbukti efektif untuk mendorong eskalasi dari cold ke hot.

Rekomendasi:

- Prioritaskan lead dengan kecocokan area dan kebutuhan yang jelas, lalu siapkan materi visual singkat untuk tiap hunian agar proses edukasi lebih cepat.

Pattern/Trend:

- Konversi cenderung lebih tinggi di paruh awal bulan, lalu menurun ringan di akhir periode seiring melambatnya respons lead.

RINGKASAN EKSEKUTIF (Untuk Quick Reference):

Metrik Kunci	Nilai
Total Lead	48
Conversion Rate	58.3%
Top Performing Property	Residence Alpha
Re-Cold Rate	5.6%
Avg Response Time	145 menit
Performance Category	Good Performer