

Serius Bangun Layanan Digital, LG Kembali Jadi Yang Terbaik dalam Layanan Pelanggan

Jakarta, 13 April 2018 - Gelar menjadi yang terbaik kembali diraih PT. LG Electronics Indonesia (LG). Bukan atas inovasi produknya, kali ini justru gelar tersebut diraih dari layanan penggunanya. Predikat terbaik ini dipastikan melalui keberhasilan LG meraih penghargaan **Contact Center Service Excellence Awards 2018** dari **Carre-Center for Customer Satisfaction and Loyalty**.

“Kebanggaan atas penghargaan ini tak saja karena menjadi simbol dari kualitas layanan LG, namun juga menjadi buah dari upaya kami yang terus berinovasi dalam memberikan layanan terbaik bagi pengguna produk LG dan seluruh masyarakat,” ujar **Any Setyowati, Head of Service Operation Team LG**. Lebih lanjut ia menyatakan, seriusnya perusahaan dalam membangun layanan pengguna berbasis digital dikatakan menjadi kunci utama prestasi yang diraihinya ini.

Contact Center Service Excellence Awards merupakan bagian dari penghargaan tahunan bergengsi dalam yang lebih berfokus pada layanan pengguna. Dihelat **Carre-Center for Customer Satisfaction and Loyalty (CCSL)**, sesuai namanya, penilaian atas penghargaan ini lebih menitikberatkan pada kualitas berbagai aspek dalam layanan kontak pengguna (**contact center**).

Dalam penentuan pemenang penghargaan ini, **CCSL** melakukan survey pada pagi, siang dan sore di hari kerja, dilakukan secara random-baik hari maupun jam pelaksanaannya,tetapi dengan perlakuan yang sama untuk tiap tiap industri. Scenario yang digunakan adalah eksplorasi informasi produk, dihubungi sebanyak 8 kali perminggu atau **48 kali** selama periode pemantauan yaitu dari bulan July hingga desember **2017**. Adapun metode survey yang digunakan yaitu **mystery Calling**.

Lebih lanjut terkait keberhasilan LG ini, Any menyatakan, tak hanya mengandalkan pada keluasan cakupan area layanan purna jual LG yang tersebar di berbagai kota di Indonesia. Lebih dari itu,menurutnya lagi, hal ini tak lepas dari berbagai upaya LG dalam mengembangkan layanan kontak penggunanya mengikuti perkembangan dunia digital. “Perkembangan dunia digital menuntut perkembangan dalam dunia layanan pengguna. Kemudahan dan kecepatan akses kontak layanan menjadi kunci dalam memenangkan loyalitas pengguna,” ujar Any lagi.

Hal inilah yang membuat LG membangun berbagai layanan penunjang. Bagi publik yang ingin mendapatkan layanan publik ini, Tak hanya melalui hubungan telepon, namun juga melalui email, sms maupun melalui pemanfaatan aplikasi whatsapp. Bahkan tersedia pula layanan **Live Chat** yang membuat publik dapat berinteraksi langsung mengenai berbagai hal.

Bukan hanya keluasan akses, dalam memberikan layanannya pun, LG menerapkan kebijakan **No Holiday Service**. Sesuai namanya, kebijakan ini membuat publik dapat mengakses seluruh layanan tersebut setiap hari sepanjang tahunnya. Untuk hari kerja, Senin hingga Jumat, layanan ini dapat diakses dari jam tujuh pagi hingga pukul delapan malam. Sementara khusus di hari Sabtu, Minggu dan hari libur nasional, durasi layanan berlangsung sejak pukul tujuh pagi hingga pukul enam sore harinya.

Sementara di sisi lain, LG pun membekali para agen yang langsung menangani permintaan layanan yang masuk dengan pembaruan pengetahuan terkait produk dan layanan lainnya. Melalui hal ini, agen dapat lebih cepat memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi pengguna. “Bila memang diantaranya terdapat kebutuhan layanan khusus, barulah dilanjutkan kepada supervisor di atasnya. Dengan demikian pengguna tak perlu lama menunggu untuk mendapatkan solusi,” ujar Any lagi.

Di sisi lain, penciptaan pengalaman layanan lebih baik pun dilakukan melalui pemanfaatan data tiap konsumen yang pernah melakukan kontak dengan LG. Pengumpulan data ini dilakukan atas seijin pengguna. Melalui data ini, LG memberikan layanan dengan secara aktif dan berkala menghubungi para pengguna produk LG.

Diantara layanan yang tercipta berbasis data pengguna ini yaitu 10 Cube. Layanan ini berbentuk perawatan berkala secara cuma-cuma yang diberikan pada rentang waktu **10 hari, 10 minggu dan 10 bulan** bagi pemilik produk LG kategori premium. Disamping itu, LG pun bakal menginformasikan pada pengguna terkait masa garansi produk yang akan berakhir sekaligus memberikan penawaran untuk perpanjangan garansi dengan tambahan biaya.

LG pun secara berkala akan menghubungi pengguna terkait informasi produk maupun teknologi baru dalam produknya. Selain itu, pengguna juga mendapat kesempatan untuk mengikuti program pembelian khusus seperti tukar tambah produk.

Berbagai layanan yang tercipta berbasis pengembangan sektor digital ini, menurut Any menjadi aspek penting untuk mendukung perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pengguna dan memenangkan hati calon pengguna. Pasanya, menurut dia, semakin kritisnya konsumen membuat tak cukup lagi hanya mengandalkan inovasi produk. “Bukan lagi melulu produk, aspek layanan pun harus terus berinovasi. Konsumen bakal mudah berpaling pada pabrikan yang dapat memberikan pelayanan lebih baik. Melalui penghargaan ini LG membuktikan komitmen kami dalam membangun layanan ini,” ujarnya lagi.

###

About LG Electronics, Inc.

LG Electronics, Inc. (KSE: 066570.KS) is a global leader and technology innovator in consumer electronics, mobile communications and home appliances, employing 75,000 people working in 118 locations around the world. With 2016 global sales of USD 47.9 billion (KRW 55.4 trillion), LG comprises four business units — Home Appliance & Air Solution, Mobile Communications, Home Entertainment and Vehicle Components — and is one of the world’s leading producers of TVs, mobile devices, air conditioners, washing machines and refrigerators. LG Electronics is a 2016 ENERGY STAR Partner of the Year. For more news and information on LG Electronics, visit www.LGnewsroom.com.

Media Contact:

LG Electronics Indonesia
DhitaAyuningtyas
+62 817 0708 599
Dhita.ayuningtyas@lge.com
www.LGnewsroom.com (global)
www.LGnewscenter.com (Indonesia)