

Nama : Farkhan
NPM : 20081010060
Kelas : B081

Customer Relationship Management

1. Pengertian Customer Relationship Management

Manajemen Hubungan Pelanggan adalah sebuah sistem informasi yang terintegrasi yang digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan aktivitas prapenjualan, dan pasca penjualan dalam sebuah organisasi.

2. Fungsi Customer Relationship Management

- Membantu bisnis untuk mendapatkan informasi tentang kegiatan pelanggan.
- Menjalin hubungan yang baik antara pelaku bisnis dengan pelanggan.
- Memperbaiki sistem operasional untuk memastikan pelanggan dilayani dengan baik
- Melayani dan menangani problem yang diketahui oleh pelanggan.

3. Tujuan Customer Relationship Management

- Menggunakan hubungan yang sudah ada untuk meningkatkan pendapatan.
- Menggunakan informasi yang terintegrasi untuk pelayanan yang memuaskan.
- Menciptakan saluran proses dan prosedur komunikasi yang konsisten dan berulang.

4. Manfaat Customer Relationship Management

- Mendorong loyalitas pelanggan.
- Mengurangi biaya dalam kemampuan pelanggan.
- Meningkatkan efisiensi operasional.
- Peningkatan *time to market*.
- Peningkatan Pendapatan.

5. Dimensi

- Identifikasi pelanggan
- Membangun Daya tarik terhadap pelanggan
- Mempertahankan pelanggan yang ada
- Pengembangan pelanggan

6. Cara Membangun Customer Relationship Management

- Tingkatkan komunikasi dengan pelanggan
Menurut penelitian tahun 2020, pengalaman pelanggan akan menjadi hal utama yang membedakan suatu merek.
- Meminta feedback secara teratur
Cara yang dilakukan untuk mengembangkan hubungan dengan pelanggan.
- Selalu mengatasi keluhan dan umpan balik negatif
Pelanggan lebih suka melakukan pembelian dengan merek dan bisnis yang mengeluarkan waktu untuk memperhatikan kritik dan merepons umpan balik mereka.
- Hadiah pelanggan setia
Memberi hadiah untuk mendorong mereka melakukan pembelian tambahan, secara tidak langsung, serta memberi rasa hormat kita kepada pelanggan kita.
- Tetap terhubung dengan pelanggan
Menjaga hubungan antar pelanggan

7. Modul-Modul Utama Customer Relationship Management

- Sales
Menelusuri kontak pelanggan dan aktivitas pelanggan untuk cross-selling dan up selling.
Cross-selling : proses penjualan produk atau layanan yang berbeda kepada pelanggan untuk meningkatkan nilai penjualan.
Up selling : proses penjualan suatu produk di mana penjual mengundang pelanggan atau konsumen untuk memberi barang yang lebih mahal untuk menghasilkan lebih banyak pendapatan.
- Direct marketing dan fulfillment
CRM mengerjakan tugas-tugas seperti manajemen dan menyediakan informasi kepada calon pelanggan.
- Customer Service and Support
CRM membantu manajer customer service secara cepat membuat dan mengelola permintaan layanan pelanggan.

8. Teknologi Pendukung CRM dan Implementasinya

- Media Sosial
Media sosial adalah sarana promosi yang murah, tetapi juga sangat berdaya.
- Email
Email digunakan untuk memberikan pelayanan customer service yang lebih mudah.
- Website dan Aplikasi
Website dan Aplikasi ini sangat berperan penting untuk mengikat pelanggan, juga dapat menjadi branding yang baik.
- Call Center
Salah satu cara untuk meningkatkan customer service adalah dengan memperbaiki pelayanan call center dan call service. dengan ini teknologi ini, penanganan keluhan pelanggan oleh call center menjadi lebih mudah.
- Big Data
Semua data pelanggan yang didapat perusahaan harus dapat didokumentasikan dengan baik.