

### **1. Tujuan Pembelajaran**

Pada kesempatan ini akan dipahami beberapa hal berikut:

- a. Lima tahapan utama rantai nilai CRM.
- b. Peran dasar analisis portofolio pelanggan, keintiman dengan pelanggan, pengembangan jaringan, perkembangan proposisi nilai, serta pengelolaan siklus hidup pelanggan dalam pengembangan dan penerapan strategi CRM.
- c. Empat kondisi pendukung rantai nilai CRM.
- d. Mengapa budaya dan pimpinan, data dan TI, orang-orang dan proses merupakan kontributor yang sangat penting bagi pengembangan dan penerapan strategi CRM?

### **2. Deskripsi Matakuliah**

### **3. Pembahasan**

- a. Pengantar
- b. Tujuan CRM
- c. Tahapan Utama dari Rantai Nilai CRM
- d. Kondisi Pendukung Rantai Nilai CRM

### **4. Kegiatan Kelas Dan Tugas**

### **5. Evaluasi**

### **6. References**

*Customer Relations Management*, Francis Buttle, Terj. Bayu Media Publishing, Jakarta, 2004