

**1. Tujuan Pembelajaran**

Pada sesi keenam ini akan dipahami beberapa hal berikut.

- a. Pentingnya jaringan bisnis dalam mencapai tujuan CRM.
- b. Komposisi jaringan bisnis.
- c. Model jaringan CRM bernama SCOPE.
- d. Golongan utama keanggotaan jaringan bisnis, yakni pemasok, rekanan bisnis, pemilik/investor (penanam modal), dan pekerja.
- e. Konsep jaringan, posisi jaringan, rantai aktivitas, ikatan pelaku bisnis, rantai sumber daya, marketing internal, pemberdayaan, dan rantai jasa-keuntungan.
- f. Tren dalam manajemen hubungan supplier.
- g. Peran partner dalam pembentukan nilai dan pengiriman nilai.

**2. Deskripsi Matakuliah****3. Pembahasan**

- a. Pengantar
- b. Apakah Jaringan itu?
- c. Prinsip Manajemen Jaringan
- d. Tidak Semua Hubungan Itu Sama
- e. Hubungan Kegiatan, Pertalian Sumber Daya, dan Ikatan Pelaku
- f. Dari Dua Arah Hingga Jaringan
- g. Posisi Jaringan
- h. Manajemen Jaringan dan CRM
- i. MP3K dari CRM
- j. Hubungan Pemasok
- k. Berbagai Tren dalam Hubungan Pelanggan-Pemasok
- l. Tidak Semua Pelanggan Ingin Membina Hubungan dengan
- m. Hubungan-Hubungan Pemilik/Investor
- n. Hubungan-Hubungan dengan Rekan Bisnis

**4. Kegiatan Kelas Dan Tugas****5. Evaluasi****6. Referensi**

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