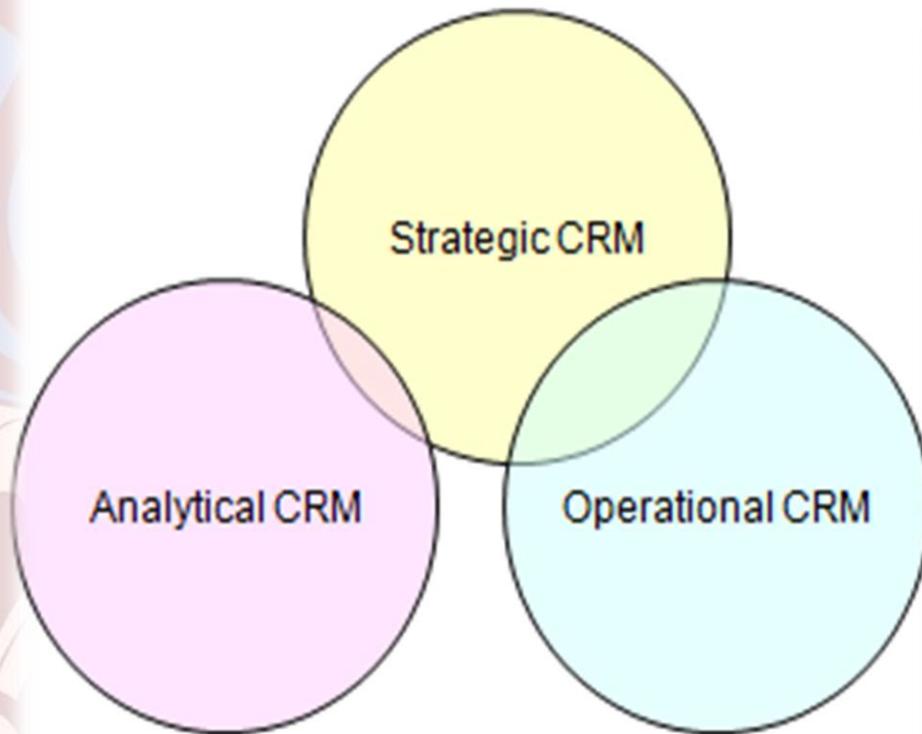




TYPE CRM



Ada 3 dimensi dalam CRM yaitu

- Strategic CRM
- Analytic CRM
- Operational CRM

# Operational CRM

Yaitu area CRM yang berkaitan dengan otomatisasi proses bisnis yang melibatkan front office - contact point pelanggan dimana meliputi otomatisasi penjualan otomatisasi pemasaran dan otomatisasi layanan pelanggan



# Analytical CRM

Yaitu CRM yang melibatkan pengambilan, penyimpanan, pengorganisasian, interpretasi analisis dan penggunaan data yang terbuat dari sisi operasional bisnis. Integrasi solusi analytical crm dengan solusi operational crm adalah suatu pertimbangan yang penting.



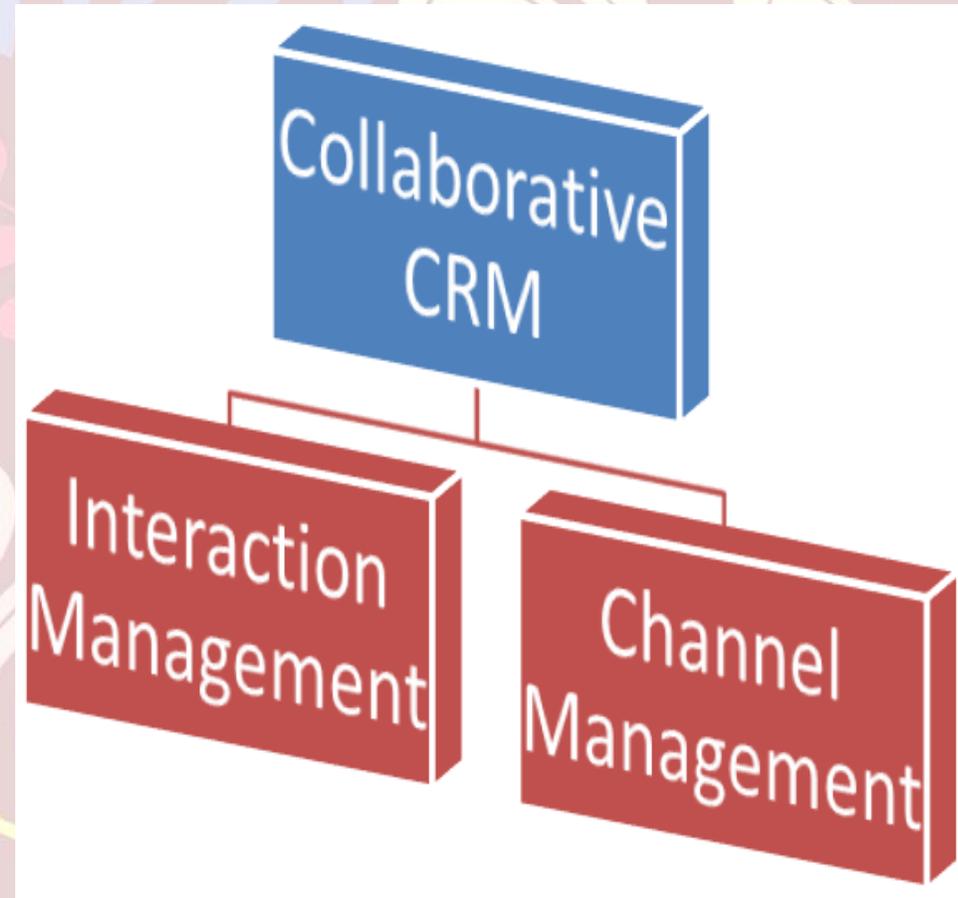
# Strategic CRM

Yaitu CRM yang berfokus pada pelanggan yang bertujuan untuk memenangkan dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan

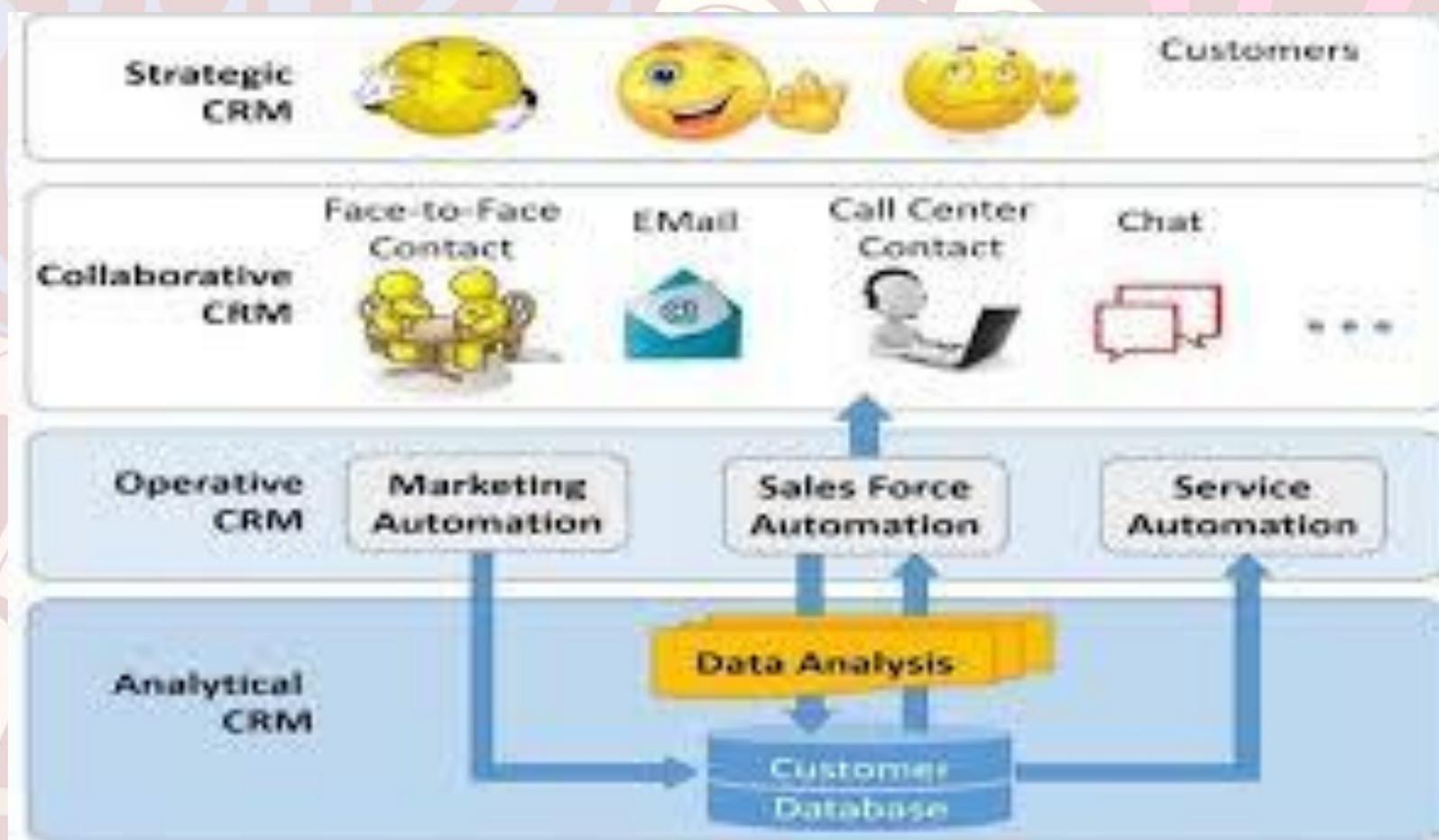


# Collaborative CRM

Yaitu CRM yang melibatkan penggunaan layanan kolaborative dan infrastruktur untuk membuat interaksi antara perusahaan dan berbagai saluran yang ada . Hal ini memungkinkan interaksi antara pelanggan, perusahaan dan karyawan



Tujuannya untuk mengkoordinasi layanan multichannel dan dukungan yang diberikan pada pelanggan dengan menyediakan infrastruktur untuk dukungan yang responsive dan efektif pada isu isu pelanggan, pertanyaan complain dll.





# ANALYTIC CRM

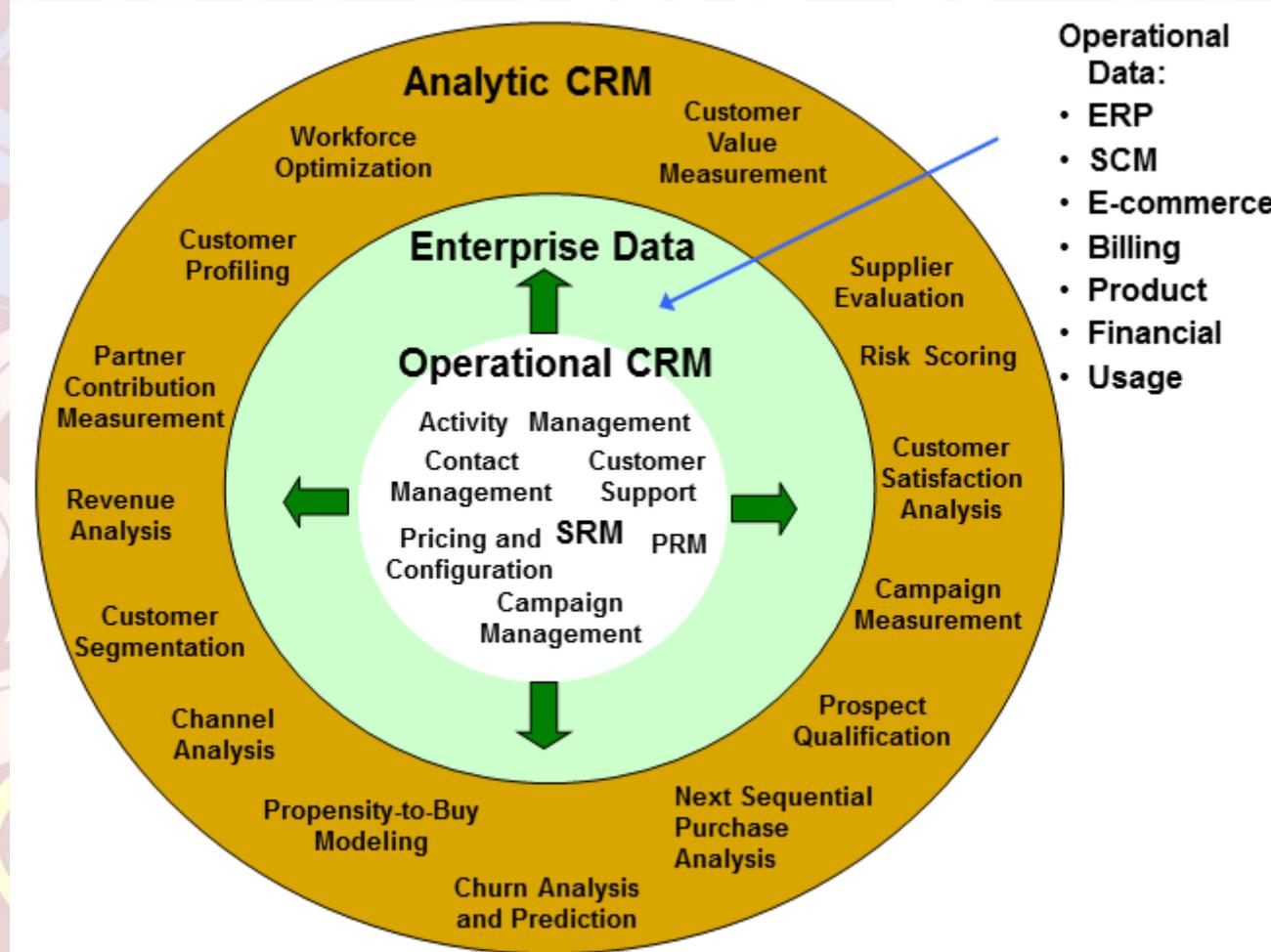
# Why Analytical CRM

- Perusahaan dengan cepat menyadari bahwa usaha CRM mereka tidak berarti banyak jika mereka tidak memasukkan analisis
- Tantangan utama yang dihadapi dalam sistem CRM yang tidak terintegrasi adalah menghalangi perusahaan mengetahui fakta-fakta kritis

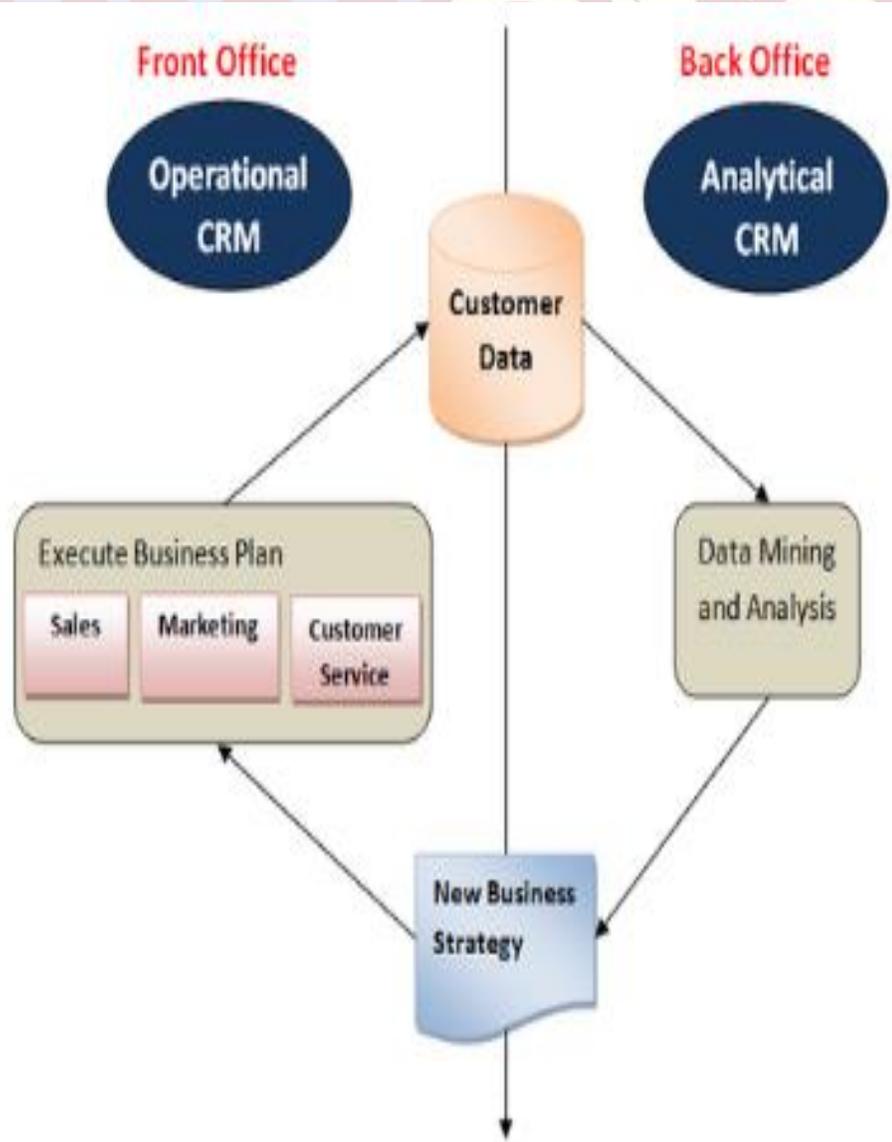


- Contoh pertanyaan bisnis yang sulit dijawab:
  - CSR menjadwalkan komunikasi lanjutan dengan konsumen tidak bisa mengetahui nilai pelanggan tersebut untuk menentukan tingkat pelayanan yang harus disediakan
  - Manajer segmen tidak bisa mengikuti sejarah komplain pelanggan sebelum berusaha melakukan cross-sell
  - Manajer kampanye di bagian marketing tentunya tidak ingin meminta pelanggan yang terlambat membayar tagihan, dll

# Analytical CRM 360° view



# Analytical vs Operational CRM



# Type Utama dalam Analytical CRM

1. OLAP – prediction, sequence, association
2. Clickstream Analysis
3. Personalization & Collaboration filtering



# 1. OLAP

- OLAP sudah menjadi analisis pendukung keputusan yang populer
- Memungkinkan pebisnis mengeksplor data secara online
  - Memusatkan pada data yang detil di tingkat yang lebih rendah pada hirarki data
  - Biasanya meliputi pembuatan laporan, analisis hasil, dan men-submit query yang detil untuk memahami data
- Menitikberatkan pada penyediaan sekumpulan atribut data dari basis data yang diatur di seputar dimensi tertentu seperti waktu dan lokasi



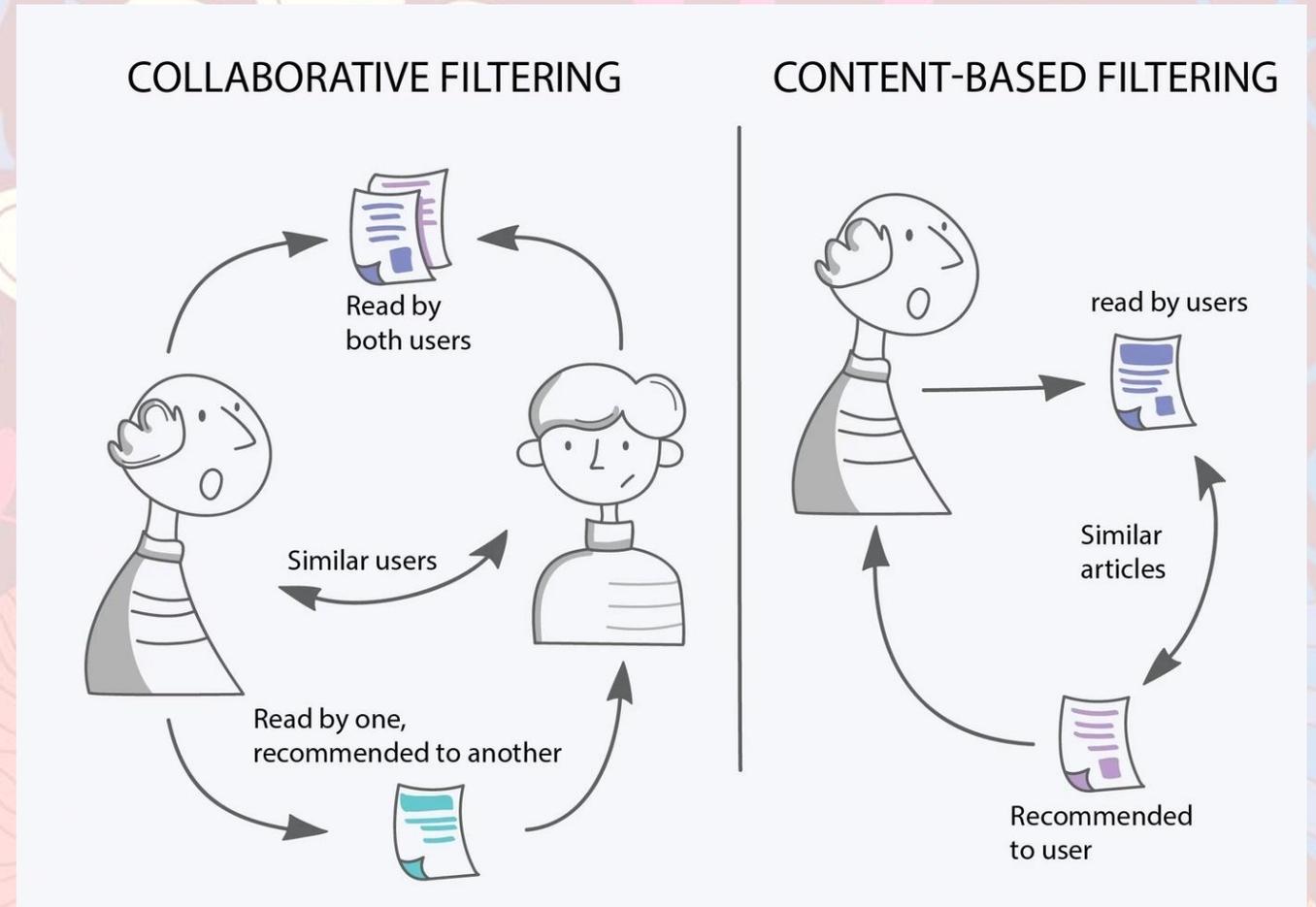
## 2. Clickstream Analysis

- Clickstream: data yg menunjukkan jejak langkah pengunjung di seputar web
  - Menunjukkan bagaimana pengguna sampai ke situs, berapa lama mereka tinggal, apa yg dilakukan selama kunjungan dan kapan mereka kembali



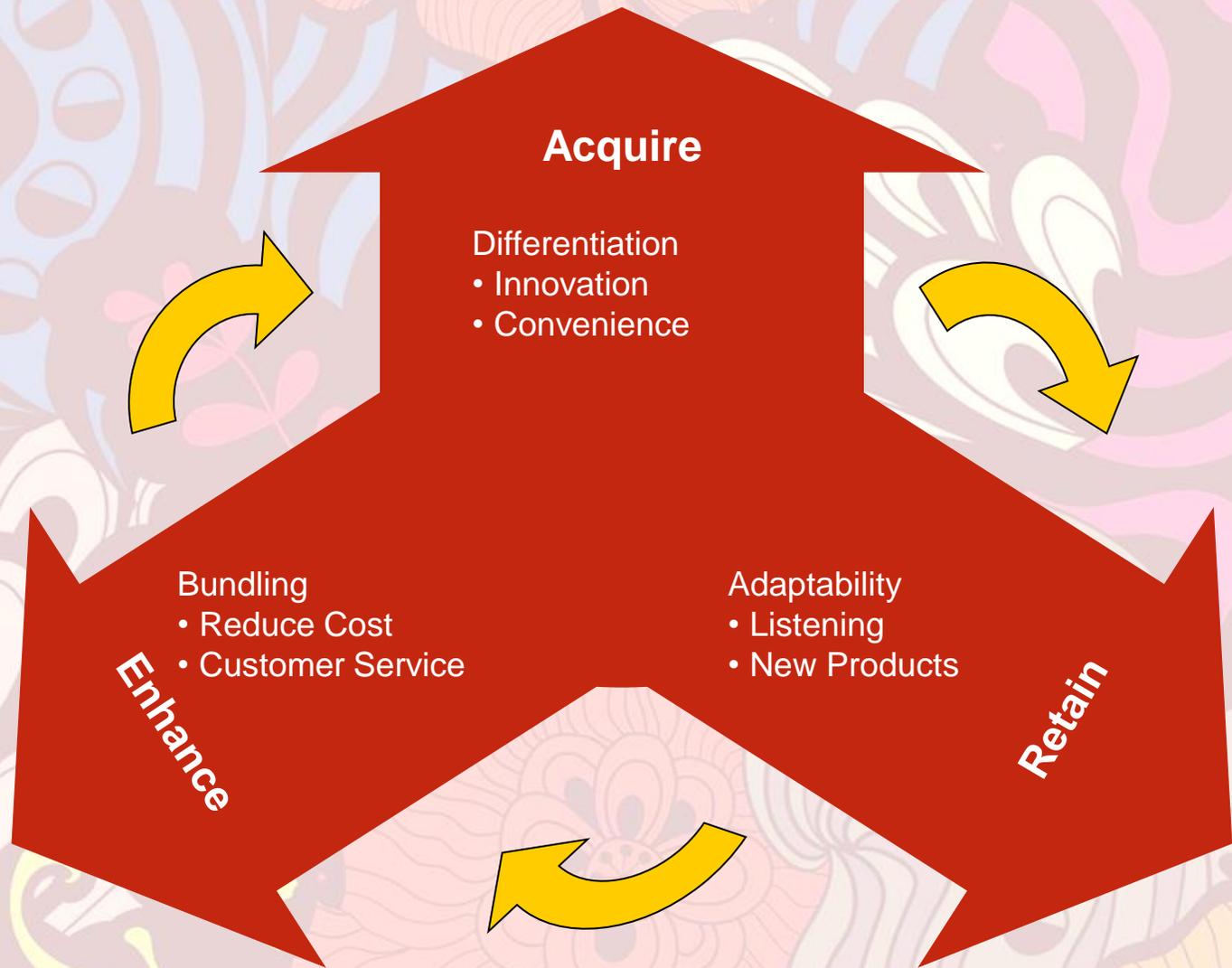
# 3. Personalization and Collaborative Filtering

- Personalization: the practice of tailoring communications directly to a customer segment or individual customer
  - By collecting sufficient customer data, a company can market to an individual's unique needs
- Type of personalization:
  - Rules-based: established rules that dictate, for instance, which products might be purchased together or whether a certain web pages should precede or follow another
  - Adaptive/collaborative filtering: learn as it goes. Gets smarter as it observes customer behaviors and applies them to new circumstances

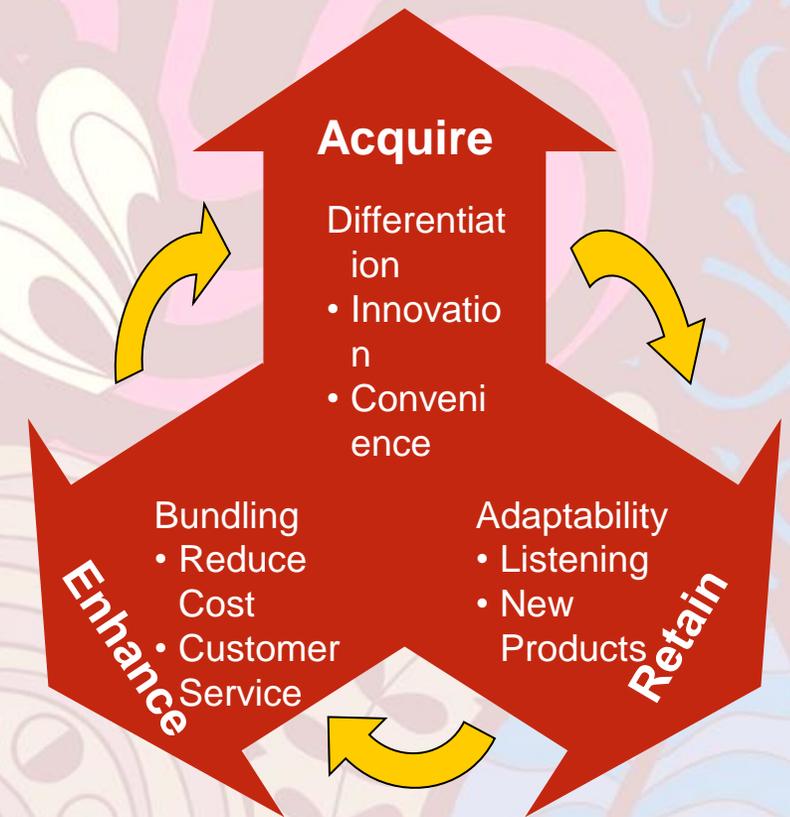




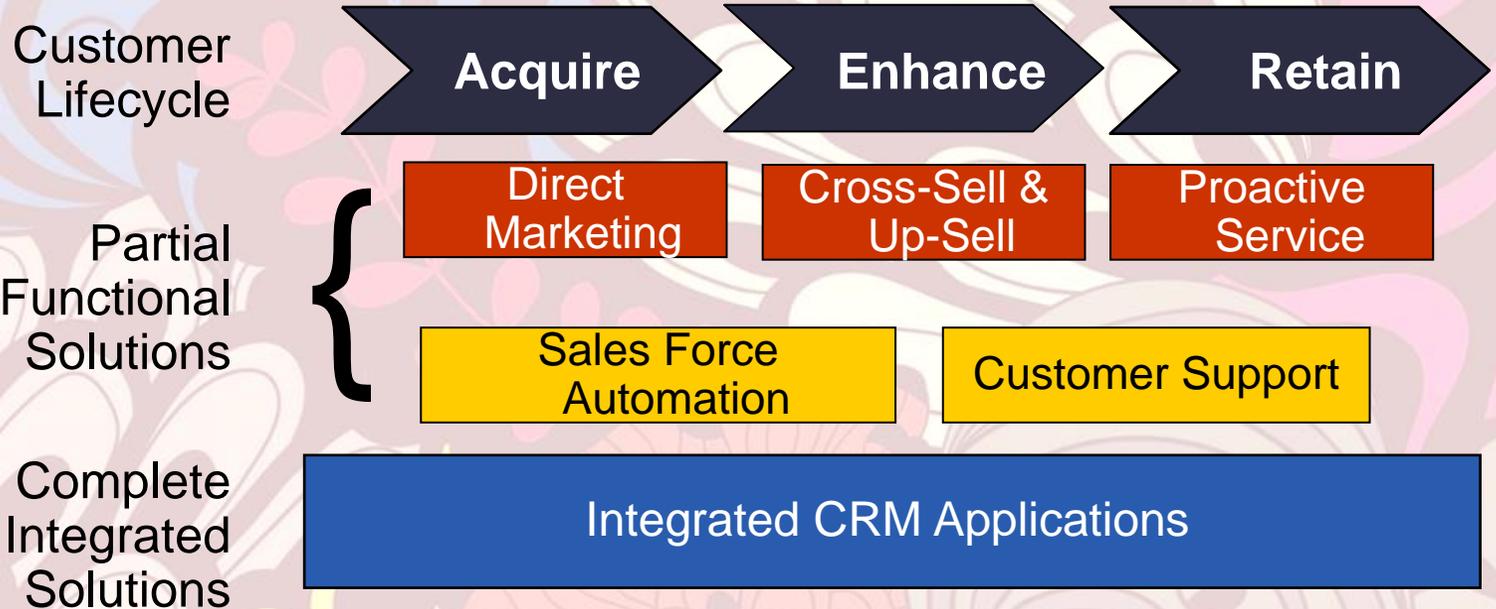
# SIKLUS HIDUP CRM



- Acquire → Menciptakan Konsumen baru yang dapat diwujudkan dalam berbagai strategi. (**differensiasi, inovasi, convenience**)
- Retain → Melakukan strategi untuk mempertahankan pelanggan dengan cara peningkatan pelayanan. (**Adaptability, listening, responsip**)
- Enhance → Membina hubungan baik yang telah ada dengan pelanggan, dengan selalu mendengarkan keinginan pelanggan dan melayaninya dengan baik. (**Loyalty, Reduce cost, Customer Service**)

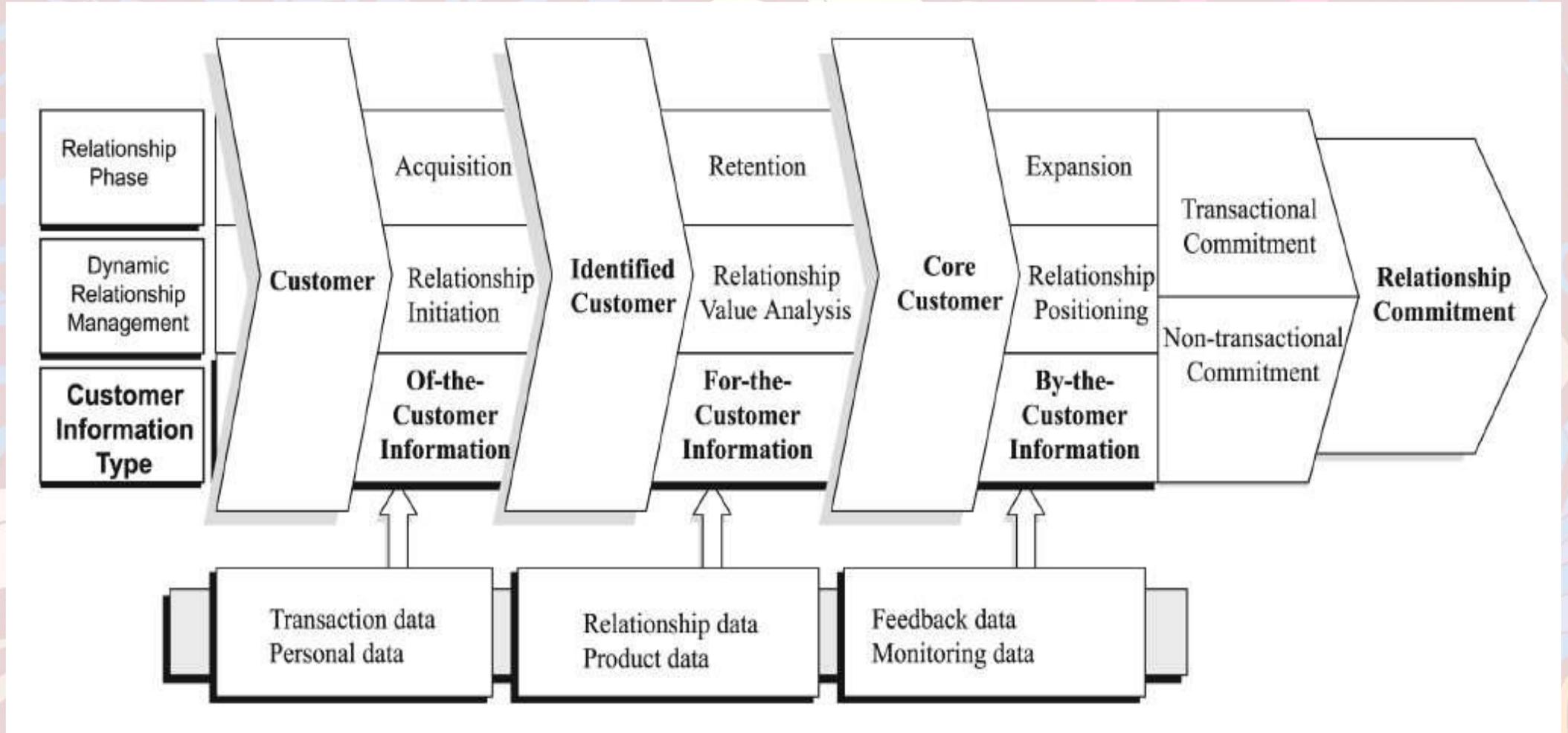


# FRAMEWORK CRM



Cross-Functional Processes  
Breaking Down Departmental Walls

# FRAMEWORK OF DYNAMIC CRM



# **TUGAS 7 (KELOMPOK)**

Buatlah Framework (KERANGKA KERJA ) Dinamic CRM sesuai dengan Studi Kasus Kleompok masing-masing

Dikumpulkan paling lambat hari selasa 5 Mei 2020

Hasil akan diresposi sesuai jam matakuliah menggunakan aplikasi zoom.