|  |
| --- |
| Program Studi Sistem Informasi **–** Universitas TRILOGI |
| **SILABUS** |
| **Kode Matakuliah** | **Bobot SKS** | **Semester** | **Sifat Matakuliah** |
| **SI3203** | **3 SKS** | **VI** | **Wajib** |
| **Nama Matakuliah** | **PENGELOLAAN RELASI PELANGGAN** |
| ***Course Title (English*)** | *Customer Relationship Management* |
| **Silabus** | Kuliah ini mencakup Overview Customer Relationship Management (CRM), Pemahaman tentang Relationship, Perencanaan & Implementasi Proyek CRM, Basisdata Pelanggan, Customer Portfolio Mangement (CPM), CRM & Pengalaman Pelanggan, Creating Value untuk Pelanggan, Ujian Tengah Semester, Mendapatkan Pelanggan Baru, Customer Retention & Development, Mengelola Jaringan untuk peningkatan kinerja CRM, Mengelola Pemasok dan Relasi Partner, Mengelola Investor dan hubungan dengan pegawai, IT untuk Customer Relationship, Otomatisasi Pemasaran |
| **Tujuan Instruksional** **Umum (TIU)** | Memberikan pemahaman tentang dasar-dasar Customer Relationship Management terkait dengan proses, strategi dan teknologi melalui implementasi sistem CRM dan analisis data-data pelanggan. |
| **Luaran (*Outcome*)** | Mahasiswa mampu untuk:* Menjelaskan konsep, teknologi dan best practice dari CRM
* Memahami nilai CRM untuk pasar vertikal yang berbeda
* Menggunakan solusi teknologi CRM
* Menjelaskan sikuls hidup CRM pada saat berinteraksi dengan customer
* Memahami impak jejaring sosial on best practices CRM
* Mengembangkan rencanan CRM untuk implementasi strategi CRM
 |
| **Prasyarat** |  |
| **Penilaian** | Absensi | 10% |  |
| Ujian Tengah Semester (UTS) | 20% |  |
| UJian Akhir Semester (UAS) | 20% |  |
| Tugas | 50% |  |
| **Pustaka** | Buttle, Francis. (2009). *Customer Relationship Management,* (2nd Edition). Elsevier Publishing |
| **Waktu Perkuliahan** | Hari:  | Pukul: | Ruang: |
| **Dosen** |  | Phone & Email: |
| **Asisten** |  | Phone & Email: |

|  |
| --- |
| Program Studi Sistem Informasi **–** Universitas TRILOGI |
| **SATUAN ACARA PERKULIAHAN** |
| **Kode Kuliah: SI3203** | **Nama Mata Kuliah: PENGELOLAAN RELASI PELANGGAN** |
| **Mgg** | **Topik** | **Sub-Topik** | **Tujuan Instruksional Khusus (TIK)** | **Kegiatan**  |
| **1** | OVERVIEW CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) | Strategic CRMOperational CRMAnalytical CRMCollaborative CRMModel-model CRM | Mahasiswa dapat memahami berbagai jenis dan model CRM. | Kuliah |
| **2** | Pemahaman tentang Relationship | DefinisiKualitas RelationshipPentingnya relationship bagi pelanggan & perusahaan | Mahasiswa dapat mengerti makna dari relationship. | Kuliah |
| **3** | Perencanaan & Implementasi Proyek CRM | Pengembangan strategiPeletakan fondasi proyek CRMSpesifikasi KebutuhanImplementasiEvaluasi Performance | Mahasiswa dapat melakukan perencanaan, implementasi dan evaluasi proyek CRM. | Kuliah |
| **4** | Basisdata Pelanggan | Pengembangan basisdataPemeliharaan basisdataData IntegrationDatawarehousingData MartDataminingIsus-isu Privasi | Mahasiswa dapat pengembangan basisdata pelanggan (customer). | Kuliah |
| **5** | Customer Portfolio Mangement (CPM) | Definisi & dasar-dasar CPMSegmentasi PasarPrediksi PenjualanPembiayaanStrategi Pengelolaan Pelanggan | Mahasiswa dapat mengelola portfolio pelanggan. | Kuliah |
| **6** | CRM & Pengalaman Pelanggan | Definisi Pengalaman PelangganTaktik & Strategi Pemasaran ExperientialPeran CRM untuk Pengalaman PelangganFitur Penting S/W CRM | Mahasiswa dapat memahami pentingnya pengalaman pelanggan dan memahami caranya untuk dapat memberikan pengalaman pelanggan yang baik. | Kuliah |
| **7** | *Creating Value* untuk Pelanggan | Pemahaman ttg valueSumber-sumber customer valueValue dari produk, service, orang, proses, bukti fisik, komunikasi pelanggan dan channel | Mahasiswa memahami cara untuk meng-create valu untuk pelanggan. | Kuliah |
| **8** | Ujian Tengah Semester |
| **9** | Mendapatkan Pelanggan Baru | Estimasi nilai pelangganProspectingIndikator kinerja program *customer acquisition*Membuat penawaran Perangkat bantu CRMDukungan CRM Analytics | Mahasiswa mengetahui teknik-teknik untuk mendapatkan pelanggan baru. | Kuliah |
| **10** | Customer Retention & Development | Definisi cust. retentionMengelola customer retention & valueEkonomi cust. retentionStrategi cust. Retention, customer development& terminasi customer relation ship | Mahasiswa mengetahui strategi untuk meningkatkan customer retention. | Kuliah |
| **11** | Mengelola Jaringan untuk peningkatan kinerja CRM | Jaringan BisnisPosisi JaringanJaringan supplierJaringan distribusiPrinsip-prinsip pengelolaan jaringan | Mahasiswa memahami pentingnya jaringan bisnis, supplier dan jaringan distribusi untuk peningkatan kinerja CRM. | Kuliah |
| **12** | Mengelola Pemasok dan Relasi Partner | Relasi dgn PemasukProgram sertifikasi PemasokTreand pengelolaan relasi dengan PemasokPartner dalam value creationAliansi dengan non-kompetitor & kompetitor | Mahasiswa mengetahui strategi dan teknik untuk mengelola partner dan pemasok. | Kuliah |
| **13** | Mengelola Investor dan hubungan dengan pegawai | Relasi Pemilik/InvestorEdukasi untuk InvestorPemasaran InternalPemberdayaan PegawaiRantai service-profitEmployee relationhip management (ERM) S/W | Mahasiswa memahami strategi untuk mengelola investor serta menjaga hubungan dengan pegawain. | Kuliah |
| **14** | IT untuk Customer Relationship | Asal-muasal Teknologi CRMEkosistem CRMSolusi, Analitik, arsitektur & multichannel CRMSolusi nirkabel dan mobileIntegrasi, pengelolaan pengetahuan dan alur kerja terotomatisai | Mahasiswa memahami cara penggunaan IT untuk menjaga hubungan dengan customer. | Kuliah |
| **15** | Otomatisasi Pemasaran | Manfaat otomatisasiPerangkat Lunak aplikasi untuk pemasaran | Mahasiswa mengetahui berbagai teknologi untuk melakukan otomatisasi pemasaran. | Kuliah |
| **16** | Ujian Akhir Semester |