|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 CRM  Operational CRM  Analytical CRM  Collaborative CRM  Model-model CRM | Mahasiswa dapat memahami berbagai jenis dan model CRM. | | Kuliah |
| **2** | Pemahaman tentang Relationship | Definisi  Kualitas Relationship  Pentingnya relationship bagi pelanggan & perusahaan | Mahasiswa dapat mengerti makna dari relationship. | | Kuliah |
| **3** | Perencanaan & Implementasi Proyek CRM | Pengembangan strategi  Peletakan fondasi proyek CRM  Spesifikasi Kebutuhan  Implementasi  Evaluasi Performance | Mahasiswa dapat melakukan perencanaan, implementasi dan evaluasi proyek CRM. | | Kuliah |
| **4** | Basisdata Pelanggan | Pengembangan basisdata  Pemeliharaan basisdata  Data Integration  Datawarehousing  Data Mart  Datamining  Isus-isu Privasi | Mahasiswa dapat pengembangan basisdata pelanggan (customer). | | Kuliah |
| **5** | Customer Portfolio Mangement (CPM) | Definisi & dasar-dasar CPM  Segmentasi Pasar  Prediksi Penjualan  Pembiayaan  Strategi Pengelolaan Pelanggan | Mahasiswa dapat mengelola portfolio pelanggan. | | Kuliah |
| **6** | CRM & Pengalaman Pelanggan | Definisi Pengalaman Pelanggan  Taktik & Strategi Pemasaran Experiential  Peran CRM untuk Pengalaman Pelanggan  Fitur 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 value  Sumber-sumber customer value  Value 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 pelanggan  Prospecting  Indikator kinerja program *customer acquisition*  Membuat penawaran  Perangkat bantu CRM  Dukungan CRM Analytics | Mahasiswa mengetahui teknik-teknik untuk mendapatkan pelanggan baru. | Kuliah | |
| **10** | Customer Retention & Development | Definisi cust. retention  Mengelola customer retention & value  Ekonomi cust. retention  Strategi cust. Retention, customer development  & terminasi customer relation ship | Mahasiswa mengetahui strategi untuk meningkatkan customer retention. | Kuliah | |
| **11** | Mengelola Jaringan untuk peningkatan kinerja CRM | Jaringan Bisnis  Posisi Jaringan  Jaringan supplier  Jaringan distribusi  Prinsip-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 Pemasuk  Program sertifikasi Pemasok  Treand pengelolaan relasi dengan Pemasok  Partner dalam value creation  Aliansi dengan non-kompetitor & kompetitor | Mahasiswa mengetahui strategi dan teknik untuk mengelola partner dan pemasok. | Kuliah | |
| **13** | Mengelola Investor dan hubungan dengan pegawai | Relasi Pemilik/Investor  Edukasi untuk Investor  Pemasaran Internal  Pemberdayaan Pegawai  Rantai service-profit  Employee 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 CRM  Ekosistem CRM  Solusi, Analitik, arsitektur & multichannel CRM  Solusi nirkabel dan mobile  Integrasi, pengelolaan pengetahuan dan alur kerja terotomatisai | Mahasiswa memahami cara penggunaan IT untuk menjaga hubungan dengan customer. | Kuliah | |
| **15** | Otomatisasi Pemasaran | Manfaat otomatisasi  Perangkat Lunak aplikasi untuk pemasaran | Mahasiswa mengetahui berbagai teknologi untuk melakukan otomatisasi pemasaran. | Kuliah | |
| **16** | Ujian Akhir Semester | | | | |