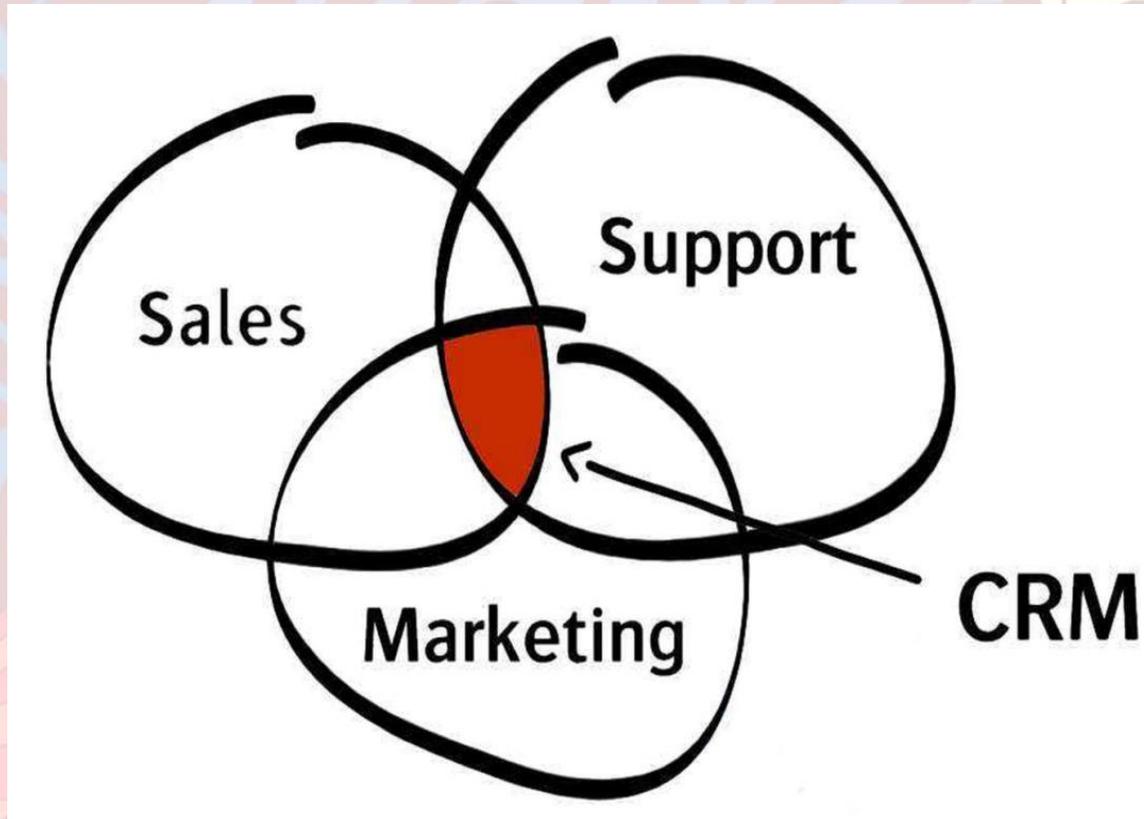




MODUL DAN JENIS CRM

Ada 3 modul penting dalam CRM yaitu Sales, Support, dan Marketing



Modul 1 *SALES*

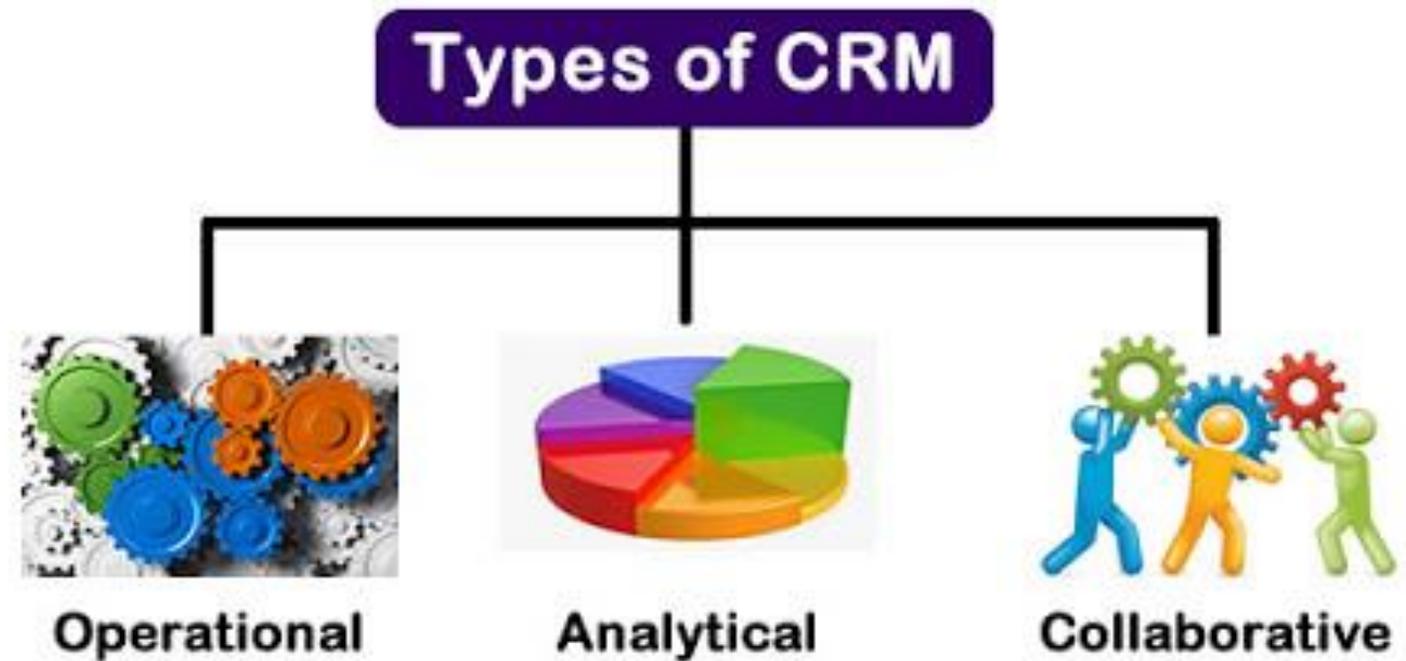
- Menelusuri kontak pelanggan dan siklus hidup dari pelanggan untuk *cross-selling* dan *up-selling*.
- Sebagai contoh, CRM akan mengingatkan *bank sales representative* untuk memanggil pelanggan yang membuat deposit yang besar untuk menawarkan kepadanya layanan investasi dan program kredit utama.

Modul 2 *Direct Marketing And Fulfillment*

- CRM dapat **mengotomatisasi tugas-tugas** seperti manajemen respon, penjadwalan kontak sales, menyediakan informasi terhadap calon pelanggan dan pelanggan.

CRM dapat diKLASIFIKASIKAN dalam 3 jenis yaitu

- OPERATIONAL CRM
- ANALYTICAL CRM
- COLLABORATIVE CRM



TIPE - TIPE CRM



Analytical CRM – yaitu CRM yang melibatkan pengambilan, penyimpanan, pengorganisasian, interpretasi analisis dan penggunaan data yang dibuat dari sisi operasional bisnis. Integrasi solusi analytical CRM dengan solusi operational CRM adalah suatu pertimbangan penting.



Operational CRM – yaitu area CRM yang berkaitan dengan otomatisasi proses bisnis yang melibatkan front-office contact point pelanggan di mana meliputi otomatisasi penjualan, otomatisasi pemasaran dan otomatisasi layanan pelanggan.

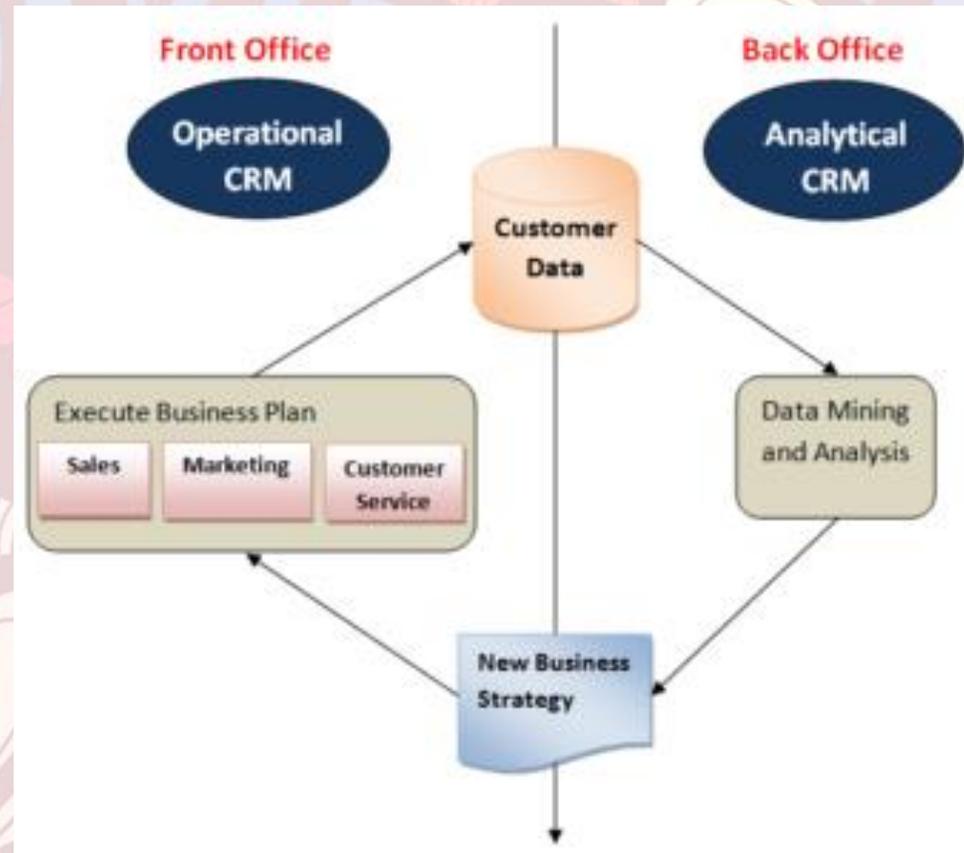


Collaborative CRM – yaitu CRM yang melibatkan penggunaan layanan kolaboratif dan infrastruktur untuk membuat interaksi antara perusahaan dan berbagai saluran yang ada. Hal ini memungkinkan interaksi antara pelanggan, perusahaan dan karyawan.

OPERATIONAL dan ANALYTICAL CRM

Operational CRM

mengoptimasi proses bisnis yang berinteraksi secara langsung dengan pelanggannya. CRM memiliki berbagai macam aplikasi yang diterapkan dalam pemasaran, penjualan dan pelayanan yang mendukung proses bisnis. Aplikasi proses bisnis yang menerapkan hal diatas tergolong dalam aplikasi operasional.



Analytical CRM memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan suatu pengetahuan akan pelanggan dan melakukan penaksiran atau estimasi terhadap pelanggan berdasarkan data-data analisis yang dipakai. Pengetahuan yang didapat perusahaan adalah tentang nilai pelanggan, yang dapat mendukung chanel pelayanan interaksi dengan lebih baik dan mendukung berbagai keputusan dalam mensinergi penerapan operational dan atau collaborative CRM dalam proses penjualan dan pemasaran produk sehingga keudukannya menjadi sangat esensial bagi component CRM lainnya



TUGAS 3

(TUGAS INDIVIDU)

Jelaskan Secara Detail Mengenai 3 jenis CRM, cari perbedaannya dan contoh aplikasinya,