

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM): PERKEMBANGANNYA KE MASA DEPAN

Oleh : Jarot S. Suroso

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha yang semakin maju menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat. Salah satu cara untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Karena dari hasil penelitian mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih mudah dibandingkan dengan mendapatkan pelanggan baru. Sangat penting untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tepat. Kehadiran Customer Relationship Management (CRM) akan mampu mengatasi masalah tersebut di atas karena tujuan CRM adalah untuk mendapatkan inti dari konsep pelanggan yang tidak jelas dan meletakkannya dalam kerangka aplikasi. Dalam prosesnya, CRM menunjukkan bagaimana pemasaran bekerja dan sistem yang dijalankan harus mampu mendukung lingkungan e-commerce. Tulisan ini membahas tentang teori CRM, sejarah hingga perkembangannya ke masa depan.

Kata Kunci : Customer Relationship Management, pelanggan, Kostumer