

Analisa strategi customer relationship management dan usulan rancangan CRM scorecard. (Studi kasus: PT. Anugerah Pharmindo Lestari)

Fitria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20247775&lokasi=lokal>

Abstrak

Distribusi merupakan aktivitas kunci penyaluran produk ke tangan pelanggan. Di sektor farmasi, bisnis distribusi tumbuh berkembang dan memberikan laba yang tinggi di tengah krisis ekonomi. Adanya kompetisi ketat antara distributor lokal serta tuntutan pelanggan yang semakin tinggi mendorong perusahaan untuk mampu bersaing dengan menawarkan keunggulan kompetisi. Salah satunya adalah dengan membangun hubungan melalui fasilitas layanan, serta channel yang tepat untuk berinteraksi dengan pelanggan. Strategi bersaing yang menekankan pada hubungan dan layanan pelanggan, merupakan filosofi CRM sebagai strategi bisnis.

Dalam merumuskan strategi CRM, perlu dilakukan identifikasi terhadap kebutuhan, inisiatif, dan tujuan dari implementasi tersebut. Sehingga, alokasi terhadap sumber daya perusahaan dapat dilakukan. Identifikasi dilakukan dengan melakukan kajian terhadap lingkungan makro, lingkungan industri dan faktor internal perusahaan serta merujuk pada sumber referensi mengenai implementasi CRM di beberapa industri. Skripsi ini akan membahas mengenai usulan strategi CRM di perusahaan distribusi farmasi, Anugerah Pharmindo Lestari (APL), sebagai studi kasus penelitian. Dimana nantinya, hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi perusahaan distributor farmasi, khususnya APL.

Distribution is a critical activities channeling product to consumers. In pharmacy sector, distribution grow and give high profit in the economic crisis. The high competition between local players and increasing customer expectation is a stimulus for the organization to compete which competitive advantage or differentiation strategy. One of the strategy is building the relationship and communication with customers via quality services and right channel interaction. The competitive strategy that emphasize on customer relationship dan services is a CRM philosophy.

In CRM strategy formulation, the first step is identification of CRM needs, initiatives, and goal. So the alocation of the organization resources done effectively. Identification of that factors done with analyses the macro and industry environment and internal assessment factor and refers to CRM implementation case study references.

This paper will discuss about CRM strategy that proposed in pharmaceutical distribution bussines, in this case, on PT. Anugerah Pharmindo Lestari (APL). Which the results of this research will be usefull for the distribution bussines, especialy pharmacy, in formulate their CRM strategy later.