

ANALISIS DAN PERANCANGAN

E-CRM PADA PT MASPION

Ceresia Sucivalentine – 0900821266

ABSTRAK

PT Maspion merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Home Industry* dan merupakan salah satu perusahaan yang terkemuka di Indonesia. Di dalam perjalanan bisnisnya, perusahaan memerlukan suatu cara untuk menjaga hubungan dengan pelanggannya agar pelanggan dapat selalu setia untuk membeli produk perusahaan tersebut. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, maka perusahaan disarankan menggunakan teknologi tersebut untuk membantu kegiatan bisnis perusahaan itu sendiri. Suatu cara untuk menjaga hubungan dengan pelanggan serta memberikan pelayanan dan kepuasan yang optimal untuk pelanggan disebut dengan CRM. Saat ini CRM yang diterapkan oleh PT Maspion masih dalam bentuk CRM tradisional, sehingga hasil yang didapatkan kurang optimal. PT Maspion dalam menghubungi dan memberikan informasi kepada pelanggan hanya mengandalkan telepon, faks, serta media percetakan dan iklan. Oleh sebab itu, perancangan CRM secara elektronik dapat membantu dan meningkatkan pelayanan untuk pelanggan yang nantinya diharapkan dapat memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal terhadap PT Maspion. Penelitian ini dilengkapi dengan Analisis Lima Keunggulan Bersaing, analisis kuisisioner, dan Analisis CATWOE. Dari analisis tersebut, diperoleh hasil bahwa CRM secara elektronik sangat diperlukan untuk memberikan informasi tanpa kenal waktu kepada konsumennya sehingga konsumen lebih mengetahui produk-produk baru PT Maspion. Media yang digunakan adalah *web*, media ini merupakan salah satu perwujudan dari Teknologi yang berkembang pesat saat ini.

Kata Kunci : CRM, E-CRM, Analisa CATWOE, Analisa Kuisisioner, Perancangan Situs