

Analisis Strategi Customer Relations Management pada GoFood = Analysis of Customer Relations Management Strategies On GoFood

Anastasia Andini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535884&lokasi=lokal>

Abstrak

Bagi perusahaan, penting untuk mengetahui respon terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Respon konsumen menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan kualitas pelayanan. Penilaiannya dapat dilakukan dengan perbandingan pelayanan yang diterima (perception) dan pelayanan yang diharapkan (expectations). Untuk mengetahui kebutuhan konsumen sebagai upaya peningkatan pelayanan, perusahaan dapat melakukan customer relations management (CRM) yang merupakan strategi pengintegrasian proses internal dan operasional hingga perusahaan mampu menyiapkan strategi meningkatkan loyalitas pelanggan atas data yang telah terintegrasi. Studi serupa sebelumnya menyebutkan bahwa dengan mengimplementasikan customer relations management, perusahaan dapat mengoptimalkan pelayanan terbaik, berkomunikasi secara real-time, hingga meningkatkan akses bagi pelanggan bersaing efektif dalam industri jasa antar. Studi ini fokus pada mencari tahu bentuk strategi CRM yang diterapkan pada layanan pesan antar makanan berbasis online GoFood hingga dapat memberikan kontribusi penting terkait dengan pemahaman bentuk strategi CRM.

.....

For companies, it is important to know the response to the product or service offered. Consumer response is one of the factors that can determine service quality. The assessment can be done by comparing the service received (perception) and the service expected (expectations). To find out consumer needs as an effort to improve services, companies can carry out customer relations management (CRM) which is a strategy for integrating internal and operational processes so that companies are able to prepare strategies to increase customer loyalty based on integrated data. Previous similar studies mentioned that by implementing customer relations management, companies can optimize the best service, communicate in real-time, and increase access for customers to compete effectively in the delivery service industry. This study focuses on finding out the form of CRM strategy applied to the online-based food delivery service GoFood so that it can make an important contribution related to understanding the form of CRM strategy.