



# **MILLIONS**

## **MANAGEMENT SOLUTIONS**

**Pemasaran Relasional**

**Excercise**

**UAS**

**2013 / 2014**

## Soal 1

Konsep *relationship marketing* untuk *consumer goods market* tidak mudah diterapkan oleh perusahaan maupun oleh *distribution channel*. Selanjutnya *brand leadership* merupakan salah satu andalan dalam membangun hubungan ke konsumen.

- Jelaskan jenis-jenis hubungan yang dapat terjadi antara konsumen dengan merek.
- Jelaskan *phase driven* strategi dalam *consumer goods market* yang dapat membangun hubungan yang baik dengan konsumen.
- Apa beberapa kunci keberhasilan dalam tahap implementasi *relationship marketing*?

## Soal 2

*Customer relationship marketing* (CRM) merupakan sumber utama keberhasilan untuk memperoleh keunggulan persaingan di pasar sasaran.

- Jelaskan pengertian dari CRM tersebut.
- Kemampuan apa yang harus termuat dalam sistem ini?
- apa manfaat dari sistem ini?
- Agar dapat berhasil, seperti apa sistem organisasi serta budaya organisasi yang harus dibentuk oleh perusahaan yang menerapkannya?

## Soal 3

Key account management (KAM) adalah penerapan umum dari pemasaran relasional di B2B.

- Jelaskan apa yang dimaksud dengan KAM.
- Jelaskan fase-fase KAM.

## Soal 4

Pemasaran relasional berperan sangat penting pada jasa karena sifat jasa yang *intangible*. Jelaskan fase-fase pemasaran relasional di dalam jasa. Berikan contoh-contoh nyata di setiap fase.

## Soal 5

Tuliskan judul penelitian tugas kelompok saudara. Selanjutnya apa permasalahan yang dihadapi perusahaan dalam kasus pemasaran relasional yang menyebabkannya mengalami kondisi kurang baik? Buatlah analisa menggunakan teori dan konsep yang telah saudara pelajari serta beri rekomendasi untuk perbaikannya.

Selamat mengerjakan. Jangan lupa berdoa. Semoga sukses.