

Abstrak

CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan sekumpulan strategi, proses dan teknologi yang berfungsi memperkuat hubungan perusahaan dengan *customer* di setiap siklus, mulai dari *marketing*, *sales* hingga *post-sales service*. CRM memiliki fokus untuk meraih keseimbangan yang optimum antara investasi perusahaan dengan pemenuhan kebutuhan *customer* untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Mobile customer relationship management (mCRM) merupakan sebuah implementasi CRM yang menggunakan *mobile device* sebagai medianya. Perkembangan yang luar biasa di dunia *mobile* menyebabkan mCRM menjadi media yang cukup diperhitungkan saat ini dalam mengimplementasikan CRM. Proses komunikasi yang berlangsung dalam interaksi di dunia *mobile* berbeda dengan proses komunikasi yang dilakukan dalam media lainnya.

Tugas akhir ini akan membahas tentang implementasi mCRM pada unit *Prime Customer* PT Telkom. Implementasi mCRM ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas hubungan perusahaan dengan *customer* sekaligus berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keuntungan perusahaan dengan cara meningkatkan efisiensi dari proses bisnis CRM PT Telkom.

Kata Kunci : CRM, mCRM, *mobile device*, *customer*.