Kasus CUP Corporation

Ringkasan Soal

CUP adalah salah satu perusahaan asuransi terbesar yang berbasis di Eropa. Perusahaan tersebut memiliki operasi di seluruh dunia dan baru-baru ini dibeli oleh perusahaan asuransi besar lainnya. CUP telah menikmati tingkat pertumbuhan yang luar biasa yaitu lebih dari 25% tiap tahunnya selama 10 tahun terakhir. Perusahaan telah melakukan serangkaian akuisisi untuk memperluas jenis asuransi yang ditawarkan dan juga telah mengembangkan diri secara internal untuk memenuhi kebutuhan yang semakin luas dari pasar yang dilayaninya. Perusahaan menjual berbagai jenis asuransi kesehatan, jiwa, kerugian, property dan otomotif.

Selama lebih dari 2 tahun terakhir, pertumbuhan pendapatan premi pada industry asuransi Jerman telah menjadi datar. Pada tahu 1993 dan 1994, industry ini masih menikmati tingkat pertumbuhan tinggi dan berkembang pada tingkat 10,3% dan 9,5% masing-masing. Tetapi, pada tahun 1995, tingkat pertumbuhan menurun hanya sekitar 4,8%. Pada tahun 1996 dan 1997, pertumbuhannya datar dan tidak sesuai dengan pertumbuhan 3% yang direncanakan dan perkiraannya adalah bahwa "pertumbuhan hanya akan menengah, jika memang ada pertumbuhan yang dicatat."

CUP Vorstand (Dewan Direksi) memutuskan untuk menciptakan Customer Care Center (CCC) untuk membendung semakin banyaknya pelanggan yang meninggalkan perusahaan karena ketidakpuasan dengan layanan perusahaan. CCC tersebut akan diperlengkapi dengan staff yang mencukupi agar dapat beroperasi selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu untuk memastikan bahwa selalu ada staff yang melayani pelanggan. Karyawan CUP akan mampu menjawab 90% pada saat pertama kali menelepon. 10% masalah sisanya akan diselesaikan dalam satu hari dengan telepon balasan.

Pertanyaan

1. **Sebagai penasihat proyek manajer, Derrick Westmuller, buatlah seperangkat ukuran yang bisa digunakan oleh CUP Corporation**
2. **Kembangkan sistem pengukuran balance scorecard yang bisa menggambarkan pengukuran yang bisa jadi faktor kunci kesuksesan dari CCC**