

## RINGKASAN EKSEKUTIF

*Project Improvement* ini membahas mengenai penggunaan kanal pemasaran *E-Mail Marketing* pada perusahaan *Tenue de Attire* sebagai upaya meningkatkan *Customer Retention Rate*.

Perusahaan *Tenue de Attire* adalah perusahaan yang bergerak di industri pakaian sejak tahun 2013 dan menggunakan proses bisnis yang bermodel *Digital Native Vertical Brand* atau *DNVB Business Process* yang sudah secara sukses diimplementasikan oleh Andy Dunn, CEO dari perusahaan pakaian bernama BONOBO. Masalah yang terjadi pada perusahaan *Tenue de Attire* ditemukan melalui metode observasi, wawancara, dan analisa SIPOC. Akar penyebab dari masalah **tidak tercapainya target *Customer Retention Rate*** adalah **tidak ada strategi yang mendorong pembelian kembali** yang terungkap menggunakan metode *Fishbone Diagram* dan *Interrelationship Diagram*.

Untuk menanggulangi akar penyebab tersebut, tiga alternatif solusi diusulkan dan berdasarkan dengan hasil diskusi dan nilai *weighted score analysis* sebesar 3.85, diputuskan bahwa alternatif solusi yang akan diimplementasi adalah **memaksimalkan kanal pemasaran *E-Mail Marketing* dengan otomatisasi dan *E-Mail Campaign***. Dengan landasan teori yaitu *Customer Relationship Marketing*, *Customer Retention*, *Affiliate Marketing*, *Online Marketing Communication*, *Social Media*, dan *E-Mail Marketing*, solusi yang diimplementasikan berhasil dijalankan dengan baik. Penggunaan kanal pemasaran *E-Mail Marketing* berhasil meningkatkan rata-rata *Customer Retention Rate* *Tenue de Attire* menjadi 22.44%.

Penggunaan kanal pemasaran *E-Mail Marketing* pada perusahaan *Tenue de Attire* sebagai upaya meningkatkan *Customer Retention Rate* dinyatakan efektif. Dengan bantuan sosial media Instagram, perancangan subjek dan konten E-Mail yang cocok, *E-Mail Marketing* dapat mendorong pembelian dan mengaktifkan kembali *customer*.

## EXECUTIVE SUMMARY

This *Project Improvement* study discusses the use of E-Mail Marketing in Tenue de Attire in order to increase their average rate of *Customer Retention*.

Tenue de Attire is a clothing company built in 2013 and uses a specific business model called Digital Native Vertical Brand or DNVB Business Process in which has been successfully implemented by Andy Dunn, CEO of a clothing company called BONOBO. The problem that occurred in Tenue de Attire is found through processes of observations, interviews, and an SIPOC analysis. The core problem of the **Customer Retention Rate** is the **non-existence of continuous purchase-driving contents** found through methods of Fishbone Diagram and Interrelationship Diagram.

In order to overcome the core problem, three alternative solutions have been made and based on discussions with Tenue de Attire and *weighted score analysis* of 3.85, the alternative solution determined to be implemented is **to maximize the use of E-Mail Marketing through automations and E-Mail Campaigns**. Based on theories of CRM, *Customer Retention*, *Affiliate Marketing*, *Online Marketing Communication*, *Social Media*, dan *E-Mail Marketing*, the alternative solution has worked well. The use of E-Mail Marketing has increased the average *Customer Retention Rate* of Tenue de Attire to the rate of 22.44%.

The use of E-Mail Marketing in Tenue de Attire has been considered effective. With the help of the social media Instagram, a series of relevant E-Mail subjects and contents, the use of E-Mail Marketing has succeeded to increased *customers* purchasing volume and the reactivation of inactive or *ex-customers*.