

## RINGKASAN EKSEKUTIF

EGGHEAD branding consultant adalah perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa konsultan terutama dalam hal *brand strategy* dan *integrated branding solutions* yang dimulai dengan *brand audit* hingga *brand activation*. Perusahaan ini sendiri berdiri pada tahun 2012 yang didirikan oleh 3 orang sekawan yang bernama Kenneth, Adam, dan Dion. Namun seiring dengan berkembangnya EGGHEAD klien-klien mereka tidak hanya dari Indonesia saja, melainkan juga ada yang dari luar negeri seperti Singapura. Sehingga, mereka memutuskan untuk membuka kantor baru di Singapura, dengan tujuan untuk mempermudah klien ketika ingin mengadakan *meeting* dengan pihak EGGHEAD. Perkembangan pada industri ekonomi kreatif khususnya pada *branding agency* semakin menjamur, dan didapati sudah banyak yang membuat perusahaan *branding agency* terutama di Indonesia. Maka dari itu, bagaimana cara EGGHEAD agar bisa terus bersaing dengan kompetitornya dan menjadi pilihan klien untuk mengadakan kerja sama, salah satunya adalah menjaga kualitas serta kepercayaan kepada klien.

Selama melakukan *project improvement* ini, untuk menjaga kualitas dan kepercayaan pada klien adalah salah satunya dengan cara menjaga *timeline* yang telah ditentukan antara *Project Manager* dari pihak EGGHEAD dengan pihak klien. *Timeline* itu sendiri adalah batas waktu sampai kapan tim EGGHEAD dapat mempersiapkan hasil-hasil *research* untuk dijelaskan kepada pihak klien. Hal pertama yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara melakukan riset kualitatif dengan teknik wawancara kepada pihak internal perusahaan, sedangkan untuk mewakili jawaban pihak eksternal klien adalah dengan cara menanyakan kepada *head of strategist* dan juga *project manager* bagaimana selama ini tanggapan yang diberikan oleh klien kepada EGGHEAD karena kedua orang itu yang selalu bertemu dengan klien ketika hendak melakukan *meeting* ataupun presentasi. Selain itu juga penulis melakukan teknik observasi partisipan, yaitu ikut langsung merasakan dan ikut mengerjakan apa yang dilakukan oleh tim strategi. Dan hasil dari

identifikasi masalah yang akan diperdalam adalah “Rata-rata dari 10 proyek yang dikerjakan oleh perusahaan, 2 proyek diantaranya tidak selesai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan atau mengalami keterlambatan”. Kemudian, menganalisa masalah tersebut untuk mendapatkan akar penyebab dari timbulnya masalah tersebut adalah “Belum adanya sistem kerja yang digunakan sebagai acuan”.

Dalam menyelesaikan masalah yang ada, penulis menggunakan beberapa pendekatan konseptual untuk membantu mencari alternatif solusi dan mencari jalan keluar untuk menyelesaikan akar masalah yang ada. Pendekatan konseptual yang penulis pilih diantaranya *Brand Strategy*, *Strategic Planning*, *Brand Audit* dan sebagainya. Kemudian ditentukan tiga alternatif solusi lalu kemudian akan dipilih satu yang akan menjadi solusi terbaik.

Pada jangka pendek yang akan dilakukan adalah mengumpulkan data-data atau melakukan riset terkait analisa kompetitor yang dibagi berdasarkan industri usaha tersebut, *brand naming* berdasarkan daerah asal dan artinya dalam bahasa Indonesia, membuat *brand archetype*, ada juga *case study*, contoh-contoh kuesioner baik untuk *potential customers* maupun *existing customers*, serta *internal analysis* (pertanyaan yang akan ditanyakan kepada pihak internal klien), dan tidak ketinggalan mempersiapkan *guidelines* untuk menunjang proses pengerjaan *brand audit* dan juga *brand strategy*.

Pada jangka menengah seluruh data yang telah terkumpul tadi, akan mulai dirancang dan disusun rapi lalu akan dikumpulkan dalam *google drive* sehingga sewaktu-waktu jika mendapatkan proyek yang serupa data-data yang telah dibuat itu menjadi acuan, setelah itu pada jangka panjang barulah akan dilakukan evaluasi mengenai semua data-data yang telah dibuat dan bagaimana hasil penerapannya apakah efektif atau tidak.



## EXCECUTIVE SUMMARY

EGGHEAD branding consultant is a company engaged in the field of consulting services, especially in terms of brand strategy and integrated branding solutions starting from brand audit to brand activation. The company itself was founded in 2012 which was founded by 3 friends named Kenneth, Adam, and Dion. But along with the development of EGGHEAD their clients are not only from Indonesia, but also from abroad such as Singapore. So, they decided to open a new office in Singapore, with the aim to facilitate clients when they want to hold a meeting with EGGHEAD. Developments in the creative economy industry, especially in the branding agency are increasingly mushrooming, and found that many have made the company branding agency, especially in Indonesia. Therefore, how EGGHEAD can continue to compete with its competitors and become the client's choice to conduct cooperation, one of which is to maintain quality and trust in clients.

During this improvement project, one of the ways to maintain quality and trust in clients is to maintain a predetermined timeline between the EGGHEAD Project Manager and the client. The timeline itself is the deadline for when the EGGHEAD team can prepare research results to be explained to the client. The first thing that is done by the author is by conducting qualitative research with interview techniques to the company's internal parties, while to represent the answers of external clients is to ask the head of strategy and also the project manager how so far the responses given by clients to EGGHEAD, because the two people who always meet with clients when they want to do a meeting or presentation. In addition, the authors also used participant observation techniques, which involved directly feeling and participating in doing what was done by the strategy team. And the results of the identification of problems that will be deepened are "On average of the 10 projects undertaken by the company, 2 of which were not completed in accordance with the specified time or were delayed". Then, analyzing the problem to

get the root cause of the emergence of the problem is "The absence of a working system that is used as a reference".

In solving existing problems, the author uses several conceptual approaches to help find alternative solutions and find solutions to solve the root problems. The conceptual approach that I choose includes *Brand Strategy*, *Strategic Planning*, *Brand Audit*, and etc. Then three alternative solutions are determined and then one will be chosen which will be the best solution.

In the short term what will be done is to collect data or conduct research related to the analysis of competitors which are divided based on the business industry, brand naming based on the area of origin and its meaning in Indonesian, create brand archetypes, there are also case studies, good questionnaire examples for potential customers and existing customers, as well as internal analysis (questions that will be asked to internal clients), and do not miss preparing guidelines to support the process of carrying out brand audit and also brand strategy.

In the medium term all the data collected earlier, will begin to be designed and arranged neatly and will be collected in Google Drive so that at any time if you get a similar project the data that has been made becomes a reference, after that in the long term then an evaluation will be conducted regarding all the data that has been made and how the results of its application are effective or not.

