

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada era modern ini, teknologi terus berkembang dan berkembang lagi. Salah satu dampak tersebut adalah adalah ketergantungan masyarakat untuk memiliki sebuah telepon pintar. Tren pertumbuhan masyarakat kelas menengah dan prediksi *consumer expenditure* terbesar pada tahun 2030 ada pada kategori *communications* membuat terciptanya peluang bagi produsen telepon pintar di harga menengah untuk berlomba menjadi pilihan utama bagi masyarakat terutama untuk kelas menengah. Huawei saat ini telah memiliki telepon pintar Huawei Nova 5T sebagai telepon pintar yang memiliki harga untuk menjangkau masyarakat menengah seperti kalangan mahasiswa.

Setelah melakukan identifikasi masalah dengan berbagai *tools* penelitian, kelompok menggunakan metode *severity-urgency* untuk menentukan masalah prioritas. Kelompok menemukan bahwa masalah prioritas yang teridentifikasi adalah kualitas hubungan antara merek Huawei dengan mahasiswa yang lemah. Dengan menggunakan *fishbone diagram* dan *interrelationship diagram*, kelompok berhasil mengidentifikasi akar penyebab pada masalah prioritas yang dibahas yaitu kegiatan pemasaran yang belum berorientasi kepada mahasiswa. Seluruh alternatif solusi yang kelompok tawarkan bertujuan untuk meminimalisir akar penyebab tersebut. Setelah melakukan evaluasi solusi terbaik, solusi terbaik yang dapat diimplementasikan adalah “Menciptakan Program “Referral Contest” Untuk Memperluas Jaringan Huawei Fans di Kalangan Mahasiswa”.

Kesimpulan dari *project improvement* ini adalah sebuah perusahaan hendak memiliki dorongan untuk menjadikan konsumen sebagai orientasi utama dalam menciptakan kegiatan pemasaran. Dengan mengupayakan agar konsumen merasa dekat dengan sebuah perusahaan atau merek, pihak perusahaan telah memberikan *effort* agar konsumen memiliki jiwa *citizenship* terhadap perusahaan, serta menjadi satu atau dua langkah lebih dekat dalam melakukan *purchase* pada produk yang ditawarkan.



## EXECUTIVE SUMMARY

*In the modern era, technology keeps on developing from time to time. One of the effects of it is the society's dependence on having their own smartphone. The growth of the middle class and the prediction of biggest customer expenditure in 2030 is the communications category creates an opportunity for smartphone producers competing in the middle-class market to be the main choice for society especially the middle class itself. Currently, Huawei already released the smartphone Huawei Nova 5T as the product to target the middle-class segment such as college students.*

*After we identified the problems using certain tools, we used the severity-urgency method to determine the priority problem. We found out that the priority problem is the relationship quality between the brand Huawei and college students is weak. By using the fishbone diagram and interrelationship diagram, we successfully identified the root cause of the priority problem which was the marketing activities that isn't oriented to the college students. After evaluating the best possible solution, we decided that "Creating a Referral Contest To Expand The Huawei Fans' Network Within College Students" is the best to be implemented.*

*The conclusion of this project improvement is that a company should have their own motivation to have the consumer as the main orientation of creating marketing activities. By trying to make the consumer feel close to the brand, the company side had shown an effort to make them have a soul of citizenship towards the company, also to make them one or two steps closer to purchase the product offered by the company.*

