

RINGKASAN EKSEKUTIF

Perusahaan tempat penyusun melakukan Project Improvement Plan adalah PT Citigas Energi Indonesia, yaitu perusahaan yang merupakan pioneer dalam bidang supply CNG (*Compressed Natural Gas*) kepada industri seperti HoReCa (Hotel, Restaurant, Catering) yang membutuhkan supply gas dalam skala menengah (diatas 2000m³). PT Citigas Energi Indonesia sendiri masih menggunakan teknik pemasaran yang tradisional, yaitu *direct selling* saja, sehingga *awareness* akan *product knowledge* dan *brand* PT Citigas Energi Indonesia sendiri pada target marketnya masih belum maksimal. Dari masalah tersebut maka diputuskanlah *Project Improvement Plan* untuk meningkatkan *brand awareness* dari PT Citigas Energi Indonesia sendiri. Berdasarkan *fishbone* dan *interrelationship* diagram akar penyebab dari rendahnya *brand awareness* adalah karena perusahaan belum menggunakan *digital marketing*. Oleh karena itu, tersusun 3 alternatif solusi untuk meningkatkan *awareness* dengan: *brand visibility*, *lead management* dan *E-CRM*. Dengan persetujuan pihak perusahaan, masalah ini akan ditanggulangi dengan memaksimalkan *brand visibility*. Rencana implementasi akan dibagi dalam 3 jangka waktu dan dalam 3 macam media yaitu, *owned media* untuk jangka pendek, *paid media* untuk jangka menengah, dan *earned media* untuk jangka panjang. Dalam pelaksanaan ini, hanya implementasi jangka pendek yang akan direalisasikan selama pengerjaan proyek ini, implementasi seterusnya hanya akan berbentuk rencana. Dengan ini, semoga PT Citigas Energi Indonesia dapat meningkatkan *brand awareness*-nya dan sukses menjadi *top of mind* dalam industrinya.



EXECUTIVE SUMMARY

The company that the writers are interning at is PT Citigas Energi Indonesia, which is a company that is a pioneer in the field of CNG (Compressed Natural Gas) supply to the hospitality industry such as Hotels, Restaurants, and Catering Businesses that needs medium scale gas supply (above 2000m3). PT Citigas Energi Indonesia is still utilizing a traditional marketing technique, only using salesmen for direct selling, so awareness of the product knowledge and the brand PT Citigas Energi Indonesia on the target market is not fully realized. Thus, it was decided that the Project Improvement Plan with PT Citigas Energi Indonesia will be done by improving its brand awareness. Based on the fishbone and interrelationship diagrams, the root cause of the low brand awareness is because the company has not used digital marketing. So because of that, 3 alternative solutions were formulated in order to improve its awareness: brand visibility, lead management and E-CRM. In agreement with the company, this issue will be dealt by maximizing brand visibility. The implementation planning is divided into 3 time frames and 3 types of media, which are owned media for short-term, paid media for medium-term, and earned media for long-term. In this implementation, only the short-term plan will be realized during the duration of this report, the following implementations will be in the form of a plan. With this, hopefully PT Citigas Energi Indonesia will be able to improve its brand awareness and successfully become the top of mind within its industry.

