

RINGKASAN EKSEKUTIF

Memasuki era globalisasi banyak perusahaan sudah mulai melebarkan sayapnya ke luar negeri. PT Reguna Investama atau yang lebih dikenal dengan merek Vie for Living merupakan salah satu perusahaan furnitur yang juga akan melebarkan sayapnya ke luar negeri, yaitu Kanada. Dalam beberapa tahun terakhir ini perusahaan sudah mulai melakukan ekspor furnitur nya ke perusahaan-perusahaan furnitur di Kanada.

Vie for Living melihat adanya peluang untuk membuka bisnis nya langsung tanpa perantara ke negara Kanada. Hal ini dikarenakan target Vie for Living lebih cocok ke ekspatriat yang berada di Indonesia, oleh karena itu hal tersebut semakin meyakinkan Vie for Living untuk menjual produknya di luar negri dengan membawa brand Vie Avenue sebagai *sister company*-nya.

Setelah melakukan riset pasar, membuat identitas, serta *brand* filosofi dari merek Vie Avenue serta melakukan analisa menggunakan *SWOT Analysis* dan juga *5 Why Analysis*, kami juga membuat 3 alternatif solusi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh Vie Avenue saat ini, yaitu dengan pembuatan *campaign*, *join expo* dan *advertising through the line*. Setelah menentukan 3 solusi tersebut kami melakukan pembobotan untuk setiap alternatif dan didapatkanlah solusi terbaik yaitu dengan melakukan *campaign #Behindthewoods*.

Kami juga membuat *backup plan* berupa *contingency plan* jika alternatif pertama yang kami pilih tidak dapat dijalankan dengan baik yaitu dengan melakukan *sales*

promotion. Tidak lupa kami juga memberikan saran masukan untuk perusahaan demi kemajuan perusahaan kedepannya.



EXECUTIVE SUMMARY

Entering the globalization era, many companies have spread their wings to other foreign country. PT Reguna Investama or known by the brand Vie For Living is a one of a furniture company that will spread its wings to Canada. In the last few years the company already exporting furniture to some furniture companies in Canada.

Vie For Living look for opportunities to open it business without intermediaries to Canada. This opportunities happen because of Vie For Living target are more suitable for expatriate who lives in Indonesia, therefore Vie For Living ensure they must sell their products on foreign countries, resulting in Vie Avenue as a new sister company brand.

After doing some research and making brand identity, brand philosophy for Vie Avenue brand and doing some analysis using SWOT Analysis and 5 Why Analysis, we also make 3 alternative solution to solve the problem that Vie Avenue face right now, making campaign, sales promotion and advertising through the line. After that we weighted the score for every alternative so we could get the best solution and that is making campaign *#Behindthewoods*.

We also make contingency plan if our first alternative choice can't be executed as planned, and the contingency plan is to go with sales promotion. We also give some advice for the company so it can growth prospectively.