

RINGKASAN EKSEKUTIF

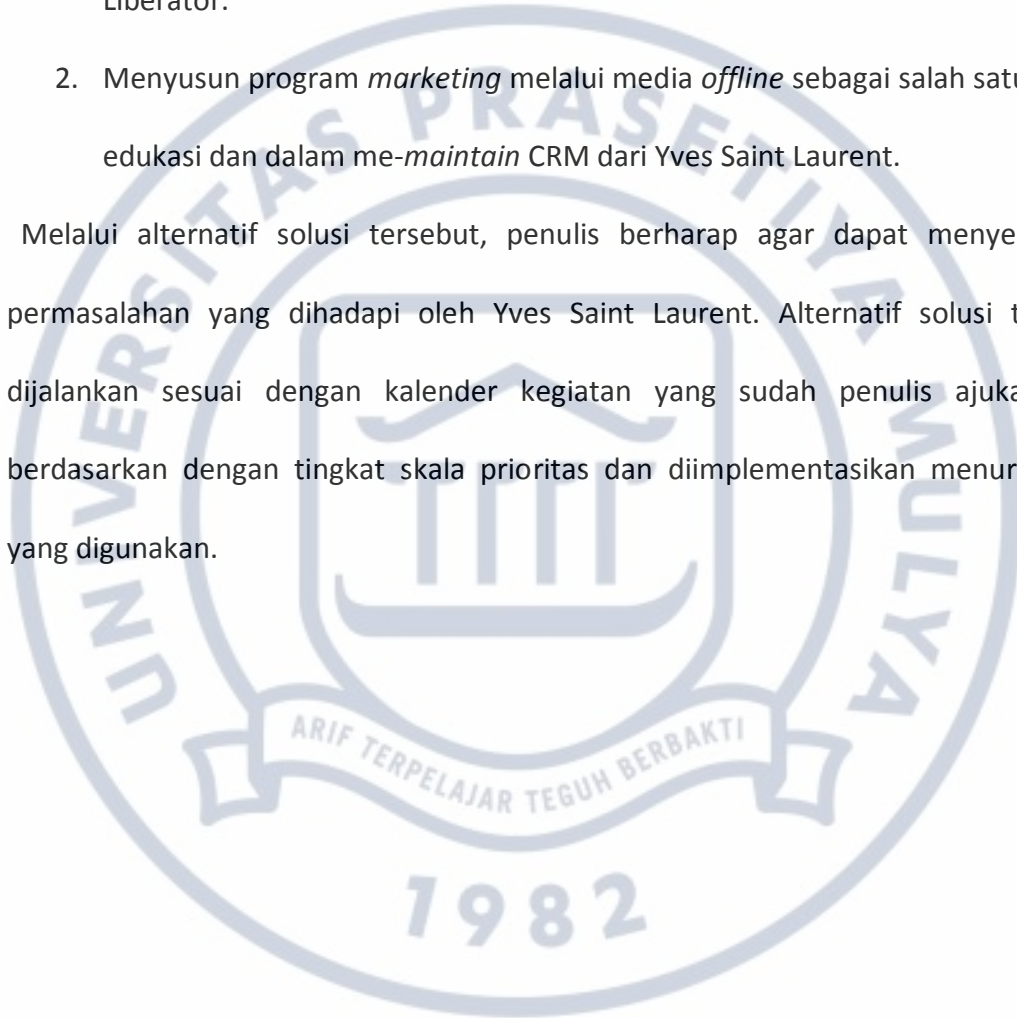
Project Case Improvement merupakan sebuah program yang mewajibkan mahasiswa untuk melakukan analisa di dalam sebuah perusahaan melalui suatu *brand* atau produk, dan nantinya melalui hasil analisa tersebut dibuat suatu program yang berisikan solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan atau *brand*. Selama melakukan kegiatan magang di PT L'Oréal Indonesia dan di bawah salah satu *luxury cosmetic brand* yaitu Yves Saint Laurent, penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan analisa selama lima bulan lamanya. Permasalahan yang penulis temukan terdapat pada lini *skincare* Yves Saint Laurent. Oleh karena itu penulis memberikan alternatif solusi untuk meningkatkan *brand awareness* dari produk *skincare* Yves Saint Laurent melalui produk terbaru mereka yaitu Forever Youth Liberator.

Ada dua teori yang penulis gunakan dalam menyusun konsep, yaitu *relationship marketing* sebagai teori utama, dan *digital marketing* sebagai teori pendukung. Melalui *relationship marketing*, penulis menyusun strategi CRM (*Customer Relationship Management*) untuk Yves Saint Laurent melalui *database* konsumen yang dimiliki, dimana fokus utama penulis adalah *retain existing customers* dan *recruit new customers*. Sementara *digital marketing* digunakan sebagai salah satu *tools* dalam penggunaan media *online*. Selain menggunakan studi literatur, penulis juga mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner, sementara data kualitatif dilakukan dengan observasi, pengamatan, dan wawancara.

Berdasarkan hasil analisa dan pengumpulan data yang penulis lakukan, penulis memberikan beberapa alternatif solusi kepada Yves Saint Laurent, yaitu:

1. Memanfaatkan penggunaan media *online* untuk memberikan edukasi kepada konsumen sebagai salah satu program *marketing* dari Forever Youth Liberator.
2. Menyusun program *marketing* melalui media *offline* sebagai salah satu sarana edukasi dan dalam me-*maintain* CRM dari Yves Saint Laurent.

Melalui alternatif solusi tersebut, penulis berharap agar dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Yves Saint Laurent. Alternatif solusi tersebut dijalankan sesuai dengan kalender kegiatan yang sudah penulis ajukan, dan berdasarkan dengan tingkat skala prioritas dan diimplementasikan menurut teori yang digunakan.



EXECUTIVE SUMMARY

Project case improvement is a program that require students to analyze a firm by its brand or product, and later with the analysis results will be made a program that will give a solution to certain problem that the firm or brand faced. During the internship at PT L'Oréal Indonesia and below one of the luxury cosmetic brand, Yves Saint Laurent, the author got a chance to analyze the company for 5 months. The problem that the author found is in the skincare line of Yves Saint Laurent. Therefore, the author give an alternative solution for Yves Saint Laurent to increase their skincare's brand awareness through their new product, Forever Youth Liberator.

There are two theories that the author use in developing the concept, relationship marketing as the main theory and digital marketing as the supporting theory. In relationship marketing, the author draw a CRM strategy for Yves Saint Laurent by using their customer database with retain existing customer and recruit new customer as the main focus. Meanwhile in digital marketing, the author use it as one of the marketing tools in the use of online media. In addition of using the liturate study, the author also collected quantitative and qualitative data. Quallitative data collection was done by distributing questionnaires, and qualitative data by observations and interviews.

Based on the analysis result and data collection, the author gives some alternative solutions to Yves Saint Laurent, namely:

1. Leveraging the use of online media to provide education for consumers as one of the marketing program of Forever Youth Liberator.

2. Draw a marketing program through offline media in terms of giving an education and maintaining CRM of Yves Saint Laurent.

Through the alternative solutions, the author hope it will be able to resolve the problem that faced by Yves Saint Laurent. These alternative solution will be implemented according to the calender activity, and based on the importance level by the use of the theories.

