

## RINGKASAN EKSEKUTIF

ODDINARY LAB, sebuah brand parfum lokal, menawarkan aroma unik untuk setiap hari. Nama "ODDINARY LAB" menggabungkan "*odd*" untuk menonjolkan keunikan dan "*lab*" untuk menunjukkan komitmen terhadap kualitas produk. Pasar parfum di Indonesia mengalami perubahan, dengan perilaku konsumen yang lebih memilih parfum berdasarkan cerita dan emosi. Namun, terdapat kekurangan dalam pasar parfum lokal, seperti daya tahan aroma yang rendah, aroma yang monoton, dan minimnya *brand story*.

Untuk menghadapi tantangan ini, ODDINARY LAB hadir dengan konsentrasi *eau de parfum*, memiliki daya tahan aroma 6-8 jam dan jangkauan aroma 1,1-1,5 meter. Setiap botol dijual seharga Rp149.000 untuk ukuran 30ml, menawarkan aroma *original* dengan perkembangan aroma dari *top*, *heart*, hingga *base notes*. Dengan *brand story* "*Journey of Growth*", ODDINARY LAB menekankan *self-identity*, tercerminkan pada setiap varian parfum yang dinamai sesuai hari dalam seminggu (Senin-Minggu) untuk menggambarkan suasana hati dan aktivitas konsumen yang berbeda. Melalui setiap semprotan, konsumen diharapkan dapat merasa percaya diri dan termotivasi untuk menjalani aktivitas setiap harinya. Sasaran konsumen ODDINARY LAB adalah pria dan wanita usia 18 hingga 23 tahun, berdomisili di Indonesia, dan memiliki pengeluaran bulanan sekitar Rp3.000.000-Rp5.000.000.

Dengan pendekatan ini, ODDINARY LAB berkomitmen untuk melayani kebutuhan konsumen akan parfum yang berkualitas dan memiliki cerita yang menginspirasi, menciptakan ikatan emosional yang mendalam.

|                     |   |                                                         |
|---------------------|---|---------------------------------------------------------|
| <b>Kata Kunci</b>   | : | Parfum, Wangi, Original, <i>Brand Story</i> , Emosional |
| <b>Bidang Usaha</b> | : | <i>Beautycare</i>                                       |

## EXECUTIVE SUMMARY

*ODDINARY LAB, a local perfume brand, offers unique aromas for every day. The name "ODDINARY LAB" combines "odd" to emphasize uniqueness and "lab" to demonstrate commitment to product quality. The perfume market in Indonesia is experiencing change, with consumers preferring perfumes based on stories and emotions. However, there are shortcomings in the local perfume market, such as poor aroma durability, monotonous fragrances, and lack of brand stories.*

*To face this challenge, ODDINARY LAB comes with eau de parfum that has an aroma lasting 6-8 hours and an aroma range of 1.1-1.5 meters. Each bottle is sold for IDR 149,000 for 30ml, offering an original aroma with aroma development from top, heart, to base notes. With the brand story "Journey of Growth", ODDINARY LAB emphasizes self-identity, applied to each perfume variant which is titled according to the day of the week (Monday-Sunday) to describe the different moods and activities of consumers. With each spray, consumers are expected to feel confident and motivated to carry out daily activities. ODDINARY LAB's target consumers are men and women aged 18 to 23 years, domiciled in Indonesia, and have monthly expenses of around IDR3.000.000-IDR5.000.000.*

*With this approach, ODDINARY LAB is committed to serving consumers' needs for perfumes that are high quality and have an inspiring story, creating a deep emotional connection.*

|                          |   |                                                      |
|--------------------------|---|------------------------------------------------------|
| <b>Keywords</b>          | : | Perfume, Fragrance, Original, Brand Story, Emotional |
| <b>Field of Business</b> | : | Beautycare                                           |