

Analisis strategi pemasaran jasa di industri headhunter (studi kasus PT. Global Liaquat Consulting) = Analysis of service marketing strategy in the headhunter industry (case study of PT. Global Liaquat Consulting)

Bayu Perkasa Temadja, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340689&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan pemahaman bahwa kompetisi yang makin ketat dengan pesaing di industri yang sama, ditambah dengan gejala klien-klien yang menggunakan jasa headhunter yang semakin banyak tuntutan mereka, maka sudah seyaknyalah GLC mempunyai strategi pemasaran yang lebih baik untuk mencapai objektif bisnisnya. GLC akan mampu membedakan dirinya dari kompetitornya hanya pada kemampuan GLC dalam memberikan pelayanan yang baik secara berkelanjutan. Kualitas kandidat, speed atau kecepatan dalam mengirimkan kandidat dan kualitas hubungan dengan para klien itu sendiri menjadi sangat penting. Metodologi yang digunakan untuk dalam tesis ini adalah observasi dan wawancara. Metode ini dilakukan untuk memahami strategi pemasaran yang dilakukan GLC. Diperlukannya penelitian lebih lanjut untuk memperkuat analisis dan pembahasan dari strategi pemasaran GLC ini.

.....With an understanding that the competition is getting fiercer in the headhunter industry, and in addition the clients are more demanding in their necessities, it is apparent that GLC must have a better marketing strategy to achieve their business objective. GLC would be able to differentiate themselves from the competition by giving good services continuously. Quality of candidates, speed and the quality of relationship with the clients are important. The methodology used in this thesis is observation and interview. This methodology is done to understand the marketing strategy of GLC. There is a need to conduct further research to strengthen the analysis and study of this marketing strategy of GLC.