

# Integrasi dari Omnichannel Experience dan In-store Customization dalam Revitalisasi Penjualan Online dan Offline Lovisa = Integration Of Omnichannel Experience & In-Store Customization to Revitalize Lovisa's Online and Offline Sales

Mas Satria Pinandhito, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553941&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Munculnya Pandemi Covid-19 telah menghambat setiap kegiatan bisnis, terutama membatasi jejak offline di toko-toko di seluruh dunia. Makalah ini akan membahas tentang pengaruh dari integrasi pengalaman omnichannel dan in-store Customization pada merek perhiasan Australia Lovisa dalam merevitalisasi penjualan online dan offline mereka. Dalam mengatasi masalah utama yang ada, analisis PESTLE dan analisis VRIN digunakan untuk mengevaluasi kondisi eksternal dan internal, yang kemudian disintesis menjadi Matriks SWOT untuk menentukan tindakan mana yang tepat untuk diambil Lovisa untuk menghidupkan kembali penjualan mereka.

.....The emergence of Covid-19 Pandemic has been inhibiting every business activities, particularly limiting offline footprints in stores throughout the world. This report will discuss about the possible leverage of omnichannel experience and in-store customization for Australian jewellery brand Lovisa in revitalizing both their online and offline sales respectively. In tackling the key problems, PESTLE analysis and VRIN analysis is used to evaluate external and internal conditions respectively, which is then synthesized into a SWOT Matrix to determine which actions are appropriate for Lovisa to take in order to revive their sales.