

# MARKETING MANAGEMENT

12<sup>th</sup> edition



## Pertemuan 12 Komunikasi Pemasaran Terpadu

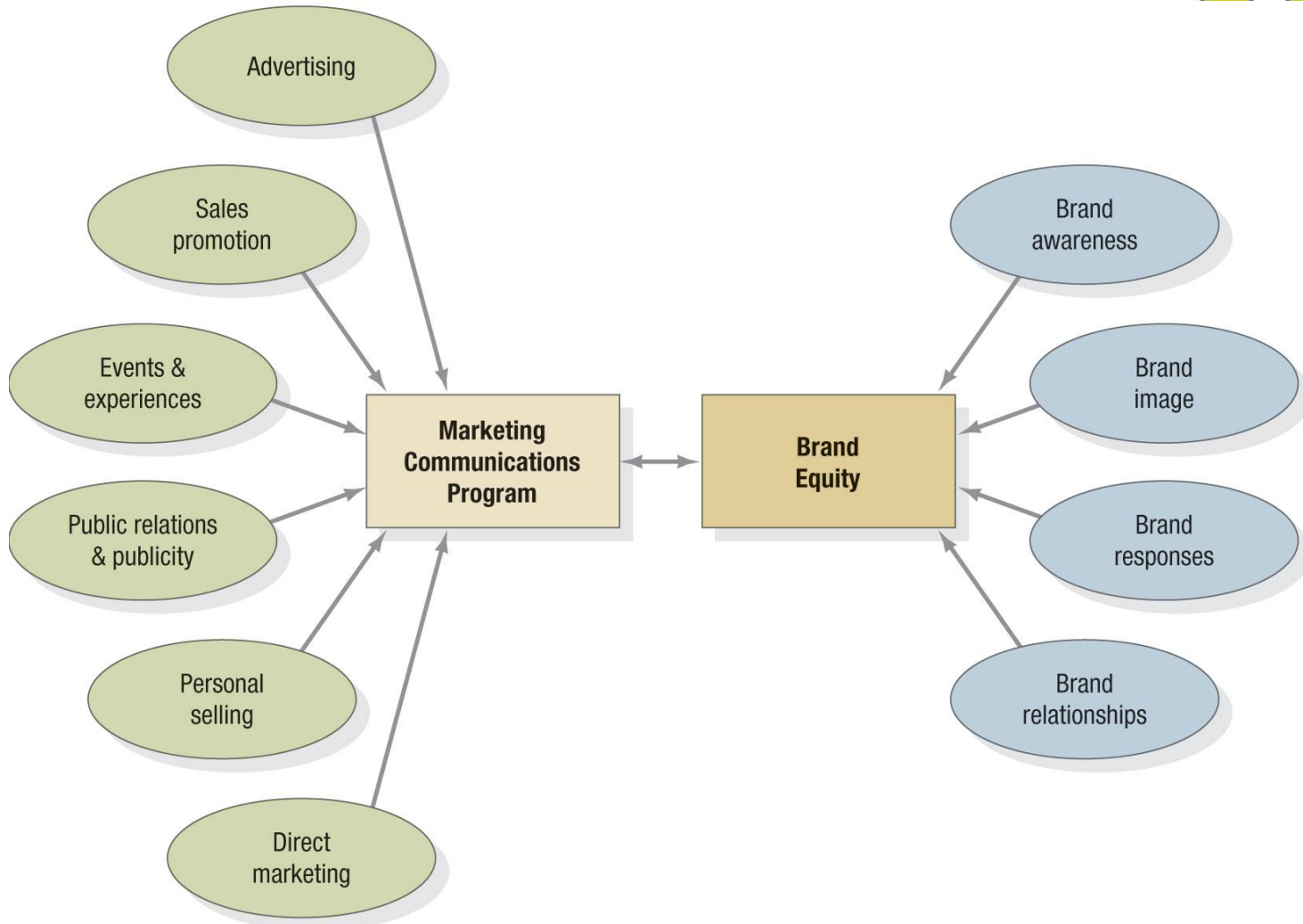


# Komunikasi Pemasaran



Suatu media dimana perusahaan menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen, secara langsung dan tidak langsung, mengenai produk yang mereka jual.

# IMC Builds Brands



# Dasar Komunikasi



## Advertising

- Print and broadcast ads
- Packaging inserts
- Motion pictures
- Brochures and booklets
- Posters
- Billboards
- POP displays
- Logos
- Videotapes

## Sales Promotion

- Contests, games, sweepstakes
- Premiums
- Sampling
- Trade shows, exhibits
- Coupons
- Rebates
- Entertainment
- Continuity programs

# Dasar Komunikasi



## Events/ Experiences

- Sports
- Entertainment
- Festivals
- Arts
- Causes
- Factory tours
- Company museums
- Street activities

## Public Relations

- Press kits
- Speeches
- Seminars
- Annual reports
- Charitable donations
- Publications
- Community relations
- Lobbying

# Dasar Komunikasi



## **Personal Selling**

- Sales presentations
- Sales meetings
- Incentive programs
- Samples
- Fairs and trade shows

## **Direct Marketing**

- Catalogs
- Mailings
- Telemarketing
- Electronic shopping
- TV shopping
- Fax mail
- E-mail
- Voice mail

# Product Launch Communications Mix

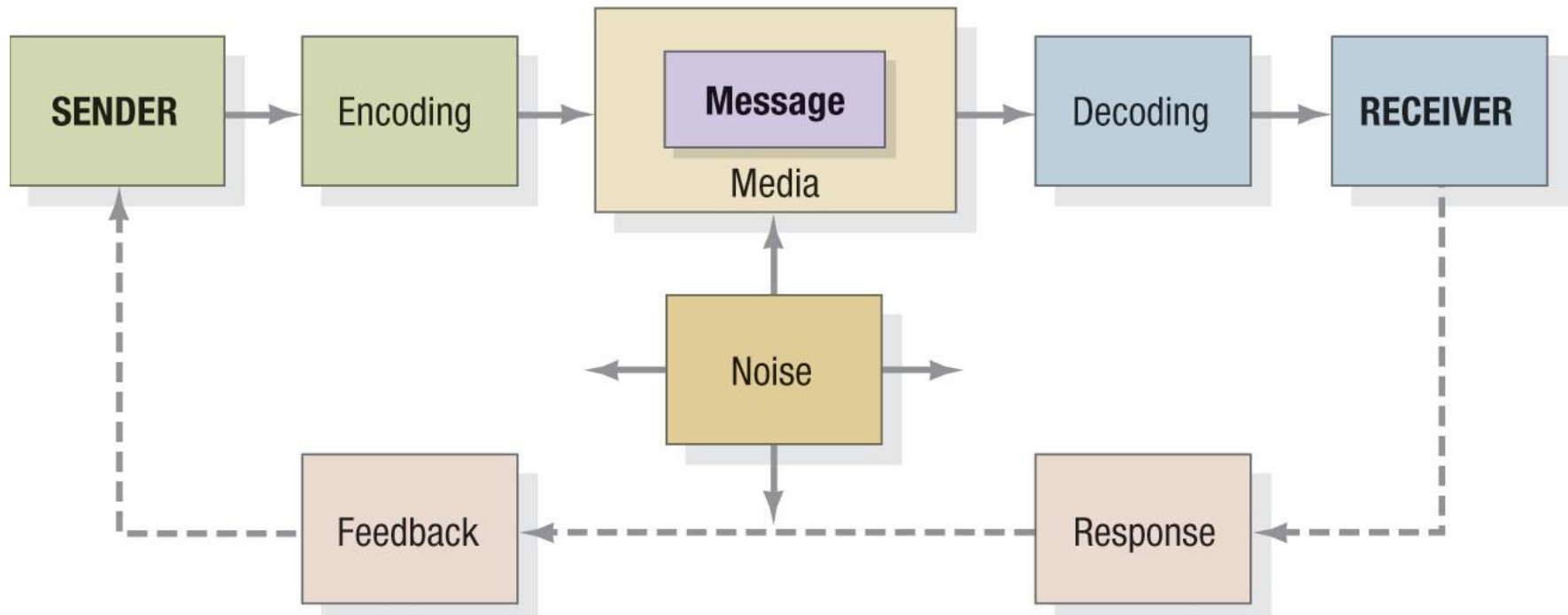


Kleenex allocated its communications dollars:

- 75% Television
- 23% Print
- 2% Online

The screenshot shows the Kleenex website homepage. At the top left is the Kleenex logo with 'BRAND TISSUE' underneath. To the right are navigation links: 'Global Home', 'History', 'Products', 'Promos', and 'Q&A'. Further right is a globe icon with the text 'Try KLEENEX® Brand Anti-Viral® Tissue'. The main content area features a large image of a woman coughing into a tissue. Overlaid on this image is the text '100,000 VIRUS PARTICLES AT 100 MPH' in large yellow and white letters. To the right of the woman is a box of Kleenex tissue. Below the box, it says 'KLEENEX® Anti-Viral® Tissue' and 'The only tissue with a treated middle layer that kills 99.9% of cold and flu viruses.\*'. On the left side of the page, there is a blue sidebar with 'Site Highlights' and links to 'What's KLEENEX® Anti-Viral® Tissue?', 'How KLEENEX® Anti-Viral® Tissue Works', 'Virus Q&A', and 'Mom's Stay-Well Tips'. Below this is a 'Refer a Friend' section, and at the bottom of the sidebar are 'Home' and 'Site Map' links. At the very bottom of the page is a horizontal row of promotional banners for various partners: 'U promise', 'parentstages.com', 'EXPRESSIONS®', 'TNT Tearjerker movies VOTE', 'History', 'Soft Pack Tissues', 'Products', 'Color-a-Girl', and 'TRY KLEENEX® Anti-Viral® Tissue'.

# Elemen dalam Proses Komunikasi





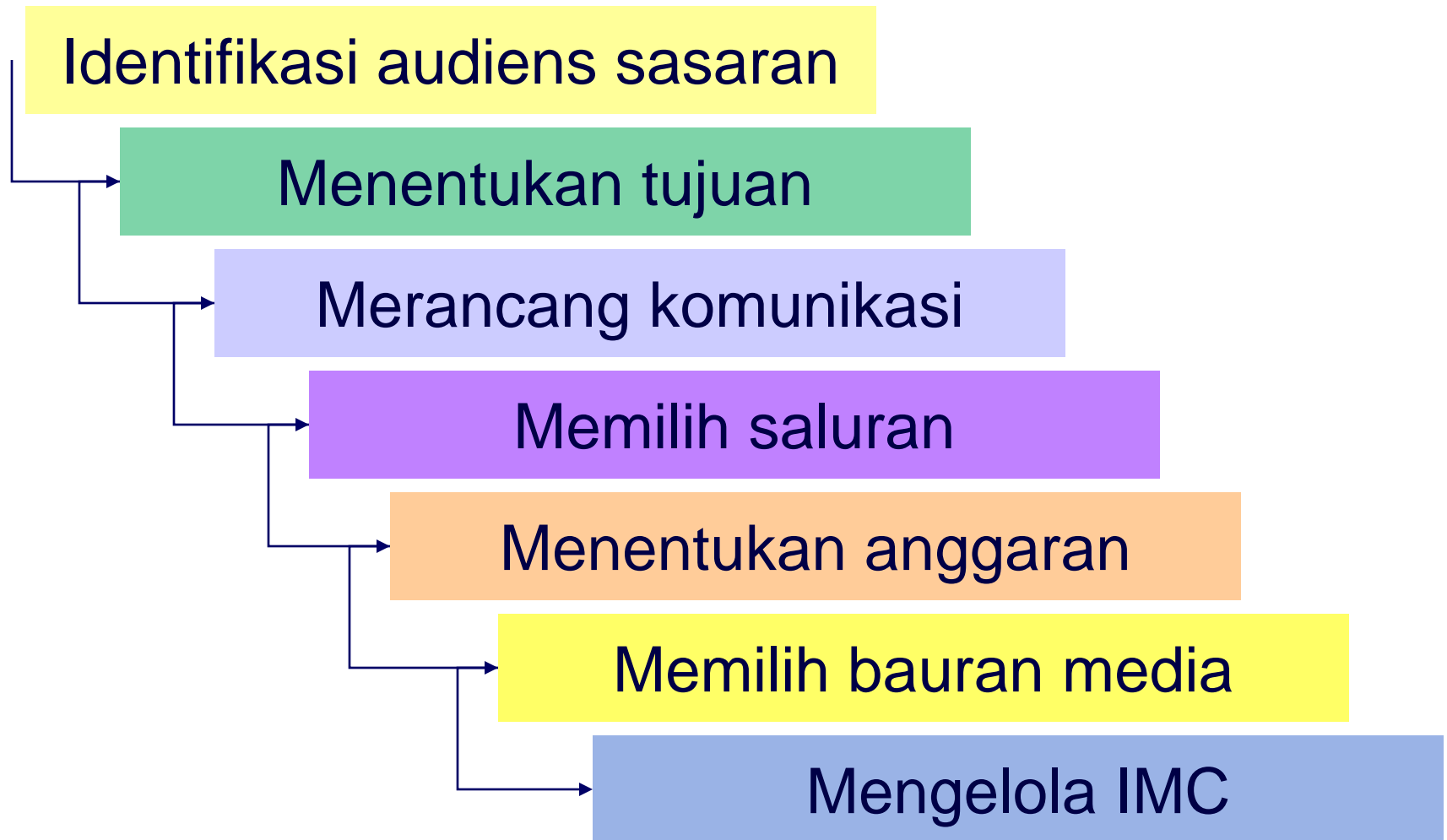
# Response Hierarchy Models



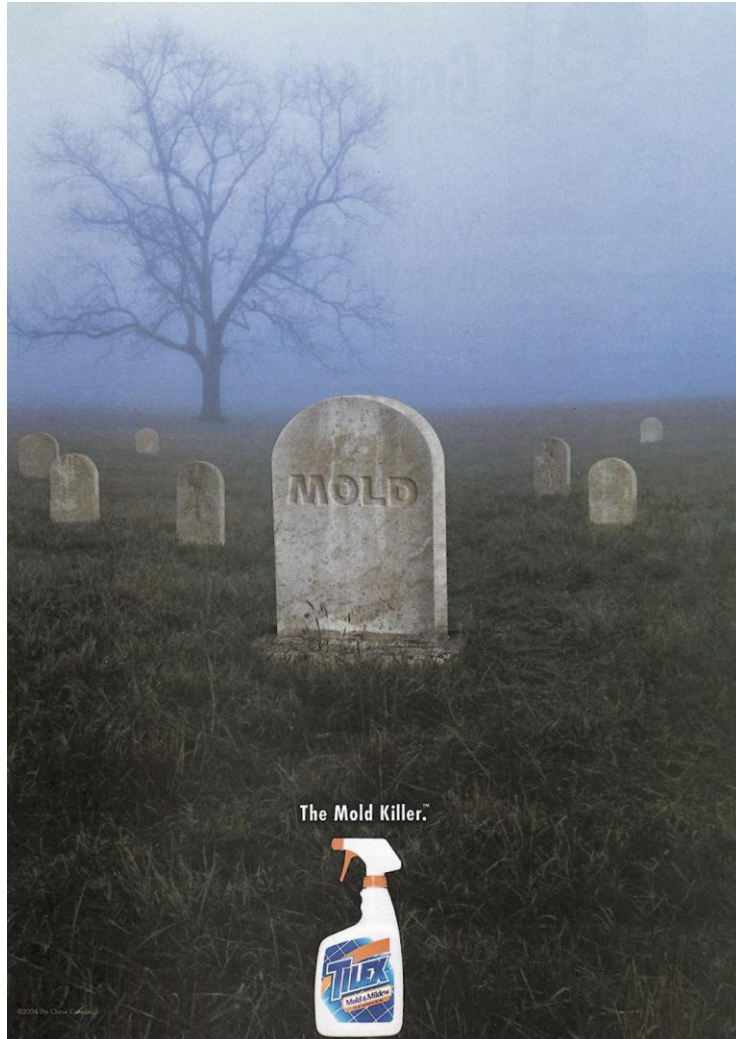
Models

Stages	AIDA Model <sup>a</sup>	Hierarchy-of-Effects Model <sup>b</sup>	Innovation-Adoption Model <sup>c</sup>	Communications Model <sup>d</sup>
<b>Cognitive Stage</b>	Attention ↓	Awareness ↓ Knowledge ↓	Awareness ↓	Exposure ↓ Reception ↓ Cognitive response ↓
<b>Affective Stage</b>	Interest ↓ Desire ↓	Liking ↓ Preference ↓ Conviction ↓	Interest ↓ Evaluation ↓	Attitude ↓ Intention ↓
<b>Behavior Stage</b>	Action	Purchase	Trial ↓ Adoption	Behavior

# Tahapan dalam Membangun Komunikasi yang Efektif



# Tujuan Komunikasi



Category Need

Brand Awareness

Brand Attitude

Purchase Intention

# Karakteristik Komunikasi (Non Personal)



## **Advertising**

- Meluas
- Ekspresif
- Non Personal

## **Sales Promotion**

- Komunikasi
- Insentif
- Invitasi

# Karakteristik Komunikasi Massa



## **Public Relations and Publicity**

- Kredibilitas tinggi
- Kemampuan untuk mendapatkan pembeli yang tidak terjangkau
- Dramatisasi

## **Events and Experiences**

- Relevan
- Melibatkan
- Implisit

# Karakteristik Komunikasi Personal



## **Direct Marketing**

- Customized
- Up-to-date
- Interaktif

## **Personal Selling**

- Interaksi personal
- Perhatian
- Response

# MARKETING MANAGEMENT

12<sup>th</sup> edition



## Mengelola Komunikasi Massa

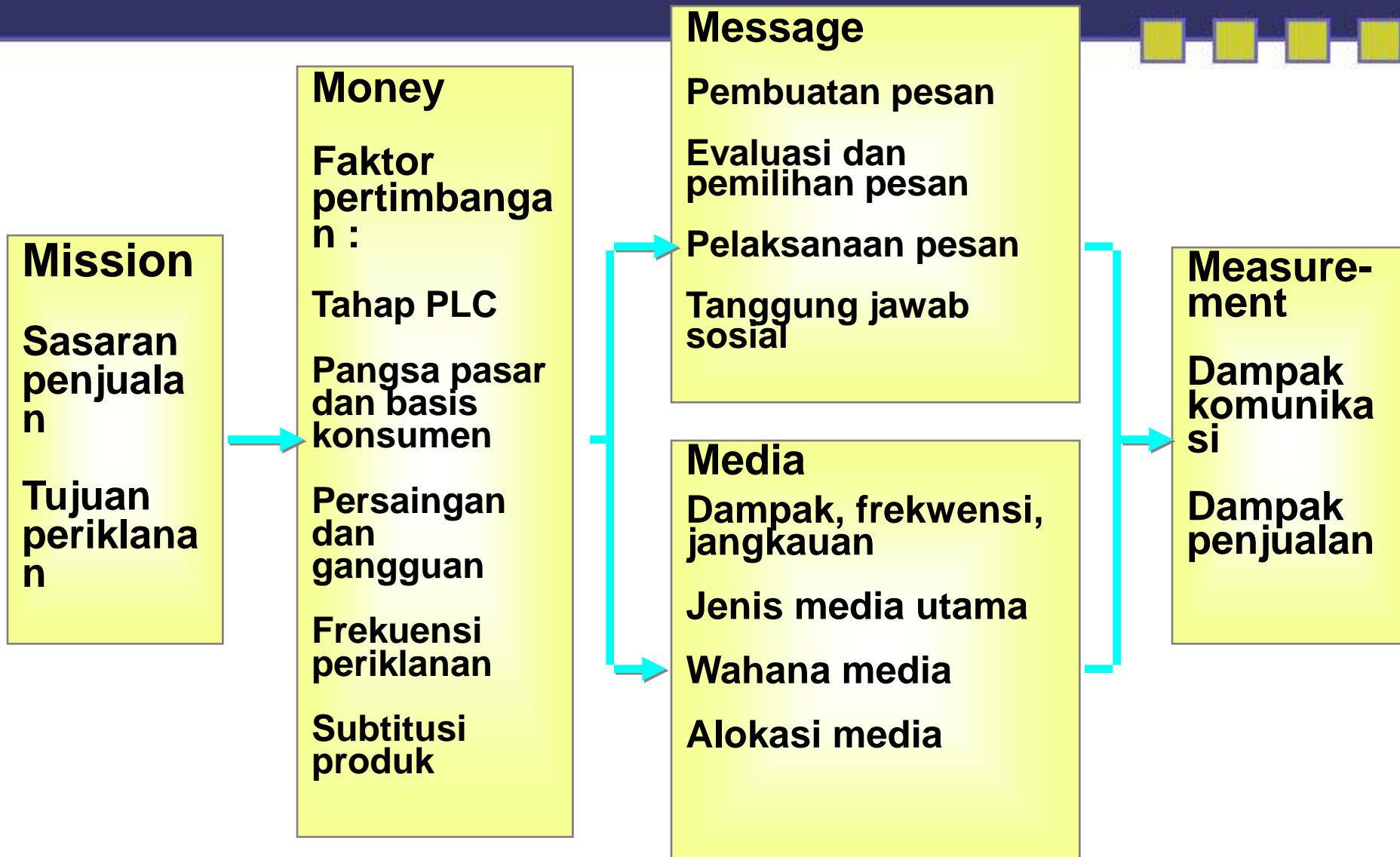
# Advertising



Semua bentuk presentasi non personal dan berbagai promosi ide, barang, atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu



# Periklanan



# Advertising Objectives



**Informative  
advertising**

**Persuasive  
advertising**

**Reminder  
advertising**

**Reinforcement  
advertising**

# Jenis Utama Media



- Newspapers
- Television
- Direct mail
- Radio
- Magazines
- Outdoor
- Yellow pages
- Newsletters
- Brochures
- Telephone
- Internet

# Keputusan Utama dalam Periklanan



```
graph TD; A[Penetapan Tujuan] --> B[Keputusan anggaran]; B --> C[Keputusan pesan]; B --> D[Keputusan media]; C --> E[Evaluasi kampanye]; D --> E;
```

**Penetapan Tujuan**

**Keputusan anggaran**

**Keputusan pesan**

**Keputusan media**

**Evaluasi kampanye**

# Sales Promotion



Terdiri dari seperangkat alat-alat insentif, mayoritas jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasi pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar

# Sales Promotion Tactics



## **Consumer-directed**

- Samples
- Coupons
- Cash refund offers
- Price offs
- Premiums
- Prizes
- Patronage rewards
- Free trials
- Tie-in promotions

## **Trade-directed**

- Price offs
- Allowances
- Free goods
- Sales contests
- Spiffs
- Trade shows
- Specialty advertising

# Events and Experiences

Aktivitas dan program yang disponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi merek



# Tujuan Even



- Untuk mengidentifikasi pasar sasaran atau gaya hidup tertentu
- Untuk meningkatkan kesadaran perusahaan atau produk perusahaan
- Untuk menciptakan persepsi konsumen thd citra yg ingin ditimbulkan
- Untuk meningkatkan citra perusahaan
- Untuk menciptakan pengalaman yg menyentuh perasaan
- Untuk mengekspresikan komitmen thd komunitas atau thd isu sosial
- Untuk menghibur klien atau pegawai
- Untuk memperoleh kesempatan berpromosi



# Public Relations



Berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individu

# Fungsi Public Relations



- Hubungan dengan pers
- Publisitas produk
- Komunikasi korporasi
- Lobbying
- Konseling

# Fungsi Marketing Public Relations



- Membantu peluncuran produk
- Membantu repositioning produk dewasa
- Membangun minat dalam kategori produk
- Mempengaruhi kelompok sasaran tertentu
- Membela produk
- Membangun citra korporasi

# Alat Utama dalam Marketing PR



- Publications
- Events
- Sponsorships
- News
- Speeches
- Public Service Activities
- Identity Media

# MARKETING MANAGEMENT

12<sup>th</sup> edition



## Mengelola Komunikasi Personal

# Direct Marketing



Penggunaan akses langsung ke konsumen untuk meraih dan menyampaikan produk dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran.

# Manfaat Pemasaran Langsung

## Pelanggan

**Senang, Nyaman & Sedikit upaya**

**Hemat waktu**

**Pemilihan barang banyak**

**Membandingkan barang**

**Memesan untuk diri sendiri dan yang lain**

## Perusahaan

**Daftar alamat pelanggan**

**Penyesuaian tawaran**

**Membina hubungan dengan pelanggan**

**Waktu respon yang singkat**

**Pengujian pesan media**

**Privasi**

**Respon terukur**

# Direct Marketing Channels



Catalogs

Direct mail

Telemarketing

Web sites

Email marketing

Mobile devices

Interactive TV





# Manfaat Pemasaran On-line



## ***Konsumen***

**Nyaman**

**Informatif**

**Hemat tenaga**

## ***Perusahaan***

**Cepat menyesuaikan dengan pasar**

**Rendah biaya**

**Membangun hubungan baik**

**Dekat dengan audiens**

# Manfaat Pemasaran On-line

## **Kehadiran Elektronik**

**Website perusahaan**

**Website pemasaran**

## **Iklan Online**

**Penempatan pada seksi khusus jasa on-line**

**Penempatan pada kelompok internet**

**Pemunculan iklan on-line sewaktu konsumen surfing**

## **Berpartisipasi dalam forum, kelompok & masyarakat web**

**Forums: Kelompok diskusi pada kelompok berita**

**Newsgroups: Versi internet forum**

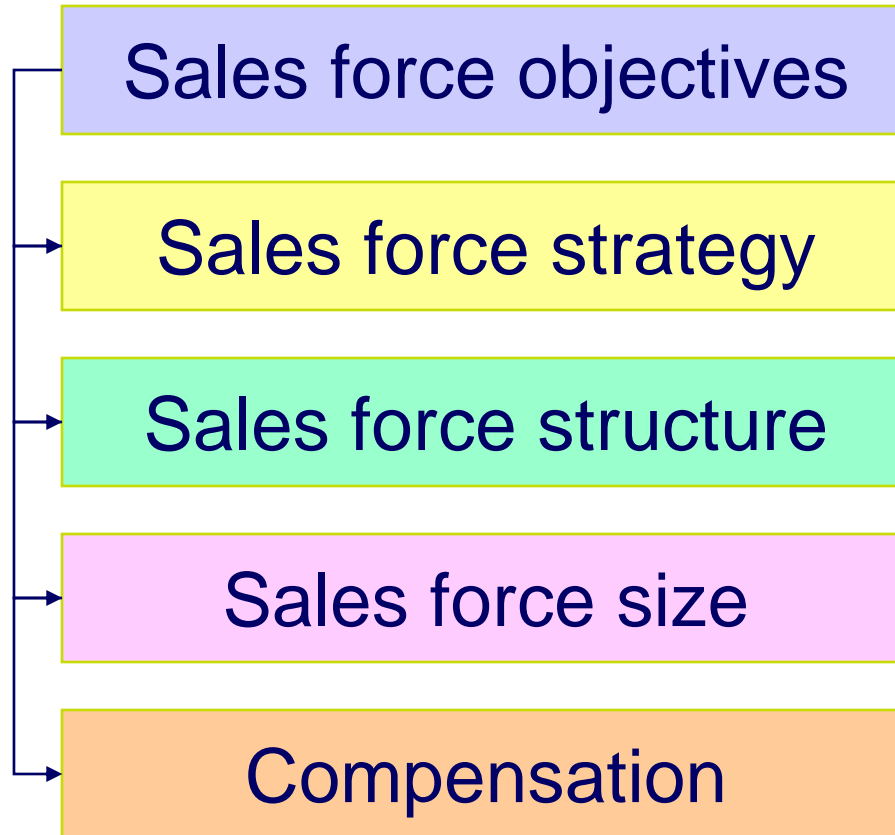
**Masyarakat Web: Situs dimana anggota berbagi pandangan on line**

## **Menggunakan E-mail dan web**

**Pelanggan mengirimkan saran & kritik on-line**

**Web casting : Down load otomatis ke PC**

# Figure 19.2 Designing a Sales Force



# Penjualan Personal



Interaksi secara langsung dengan satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesanan.

# Types of Sales Representatives



- Deliverer
- Order taker
- Missionary
- Technician
- Demand creator
- Solution vendor

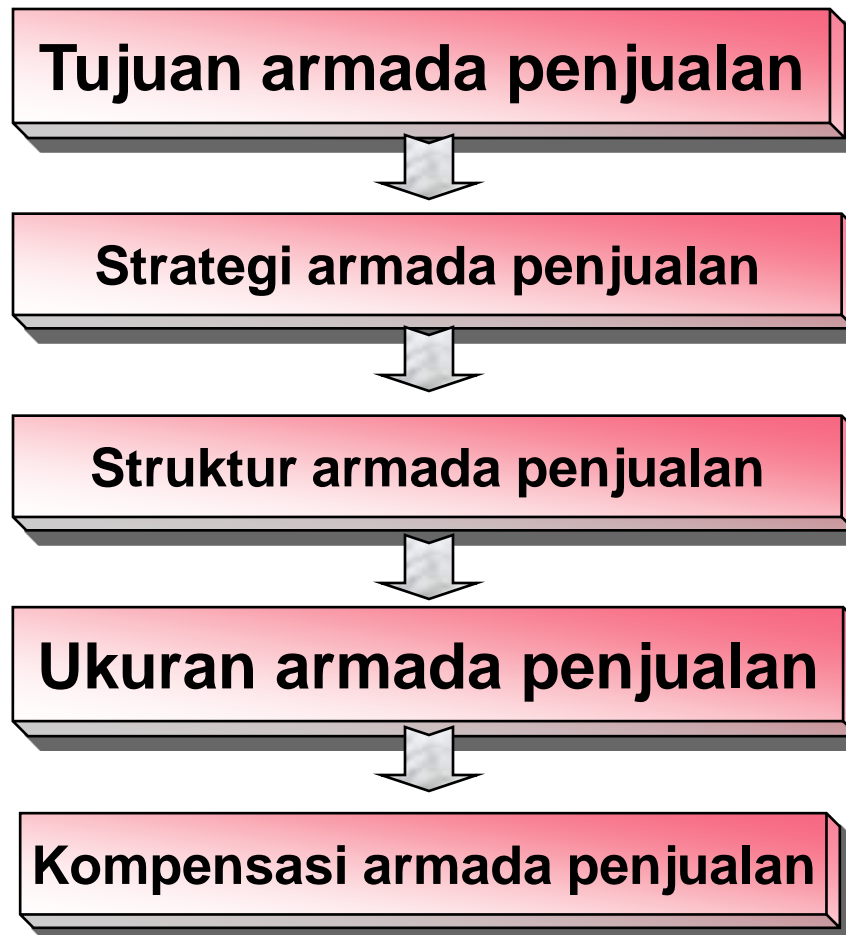
# Sales Tasks



- Prospecting
- Targeting
- Communicating
- Selling
- Servicing
- Information gathering
- Allocating



# Merancang Armada Penjualan



# Mengelola Armada Penjualan





# Prinsip Dasar Penjualan Personal

