

PENGANTAR PEMASARAN

STRATEGI PROMOSI MELALUI PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING

Suwandi

**PROGRAM STUDI MANAGEMENT RESORT & LEISURE
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG**

PROMOSI

- Bersifat taktis, jangka pendek dalam bisnis,
- Merupakan bagian dari strategi jangka panjang
- Suatu cara untuk mempengaruhi perilaku pelanggan
- Promosi difahami dalam konteks manfaat fungsional, ekonomi dan psikologis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

TUJUAN PROMOSI

- Meningkatkan volume
- Meningkatkan pembelian coba-coba (*trial*)
- Meningkatkan pembelian ulang (*repeat purchase*)
- Meningkatkan loyalitas
- Memperluas kegunaan
- Menciptakan keterkaitan
- Menciptakan kesadaran (*awarenes*)
- Mengalihkan perhatian dari harga
- Mendapatkan dukungan dari perantara (*intermediary*)
- Melakukan diskriminasi para pengguna

Bauran Promosi

- **Periklanan** (*media cetak, radio, tv, situs web, outdoor/reklame*)
- **Personal Selling/kewiraniagaan**
- **Promosi Penjualan/Promosi pemasaran/promosi konsumen**
- **PR** (*Public Relation*)
- **Informasi dari mulut ke mulut** (*word of mouth*)
- **Direct Marketing** (*telepon, surat, e-mail, kehadiran tenaga penjual*)
- **Publikasi** (*informasi / opini mengenai produk kita yang disampaikan oleh pihak ketiga*).

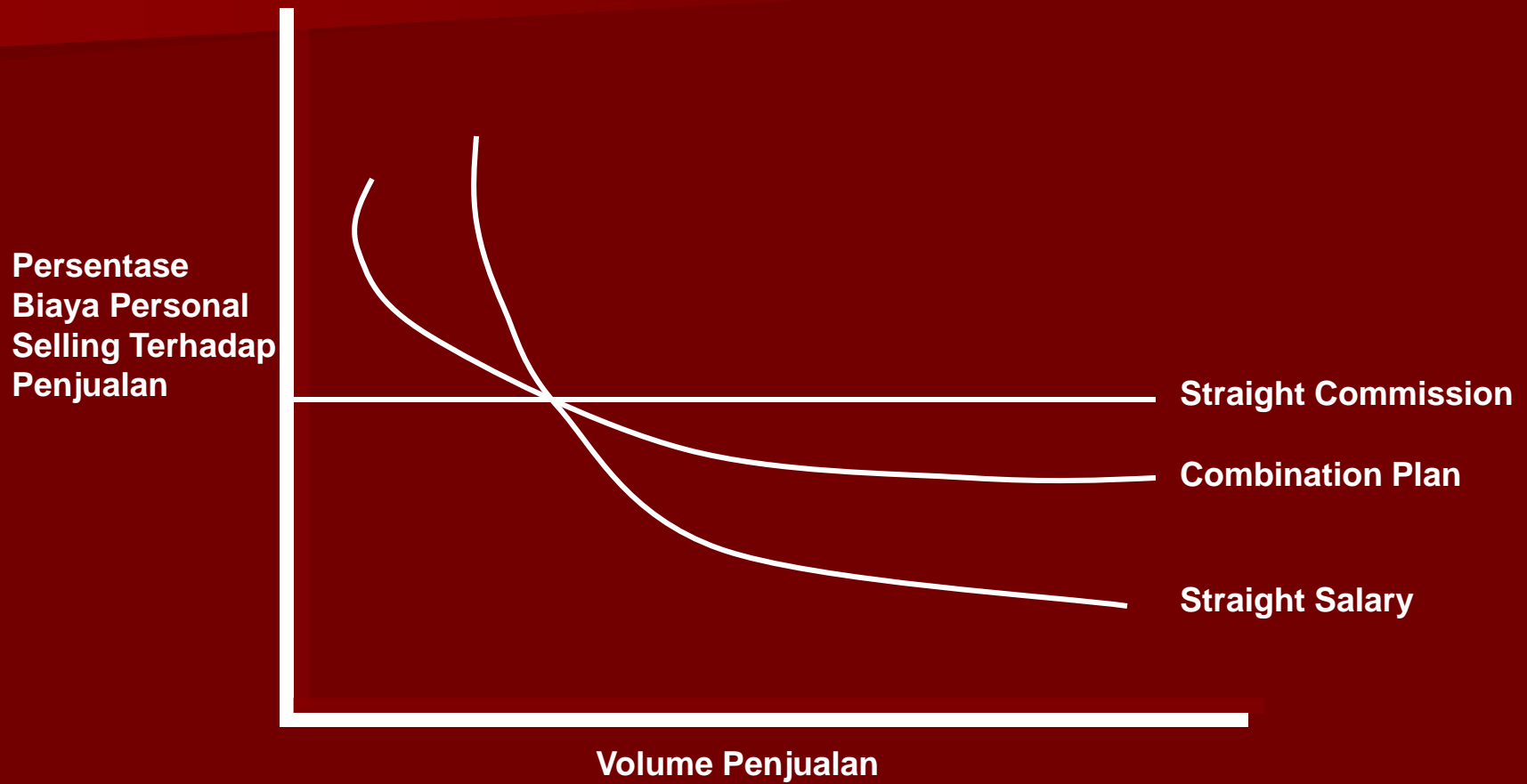
ALAT-ALAT PROMOSI

IKLAN	PROMOSI PENJUALAN	PUBLIC REALTIONS	PERSONAL SELLING	DIRECT MARKETING
<ul style="list-style-type: none"> • Iklan cetak dan siaran • Packaging-outer • Film • Brosur dan buklet • Poster dan selebaran • Direktori • Cetak ulang iklan • Billboard • Display signs • Point-of-purchase displays • Bahan audiovisual • Simbol dan logo 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontes, permainan, undian, lotere • Premium dan hadiah • Produk sempel • Pasar malam dan pameran dagang • Pameran • Demonstrasi • Pemberian kupon • Potongan rabat/tawaran pengembalian uang • Pendanaan dengan bunga rendah • Hiburan • Kelonggaran tukar tambah • Trading stamps • Tie-ins • Price packs • Free-in-the-mail premiums • Hadiah bagi langganan • Coba gratis • Jaminan produk • Promosi silang • Diskon 	<ul style="list-style-type: none"> • Kotak pers • Pidato • Seminar • Laporan tahunan • Donasi/sumbangan • Sponsor • Publikasi • Hubungan masyarakat • Lobbying • Media identitas • Majalah perusahaan • Peringatan peristiwa tertentu • Berita • Aktivitas layanan masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentasi penjualan • Pertemuan penjualan • Program insentif • Contoh/sampel • Pasar malam dan pameran dagang 	<ul style="list-style-type: none"> • Katalog • Surat • Telemarketing • Electronic Shopping • Kiosk shopping • TV direct response marketing • Radio, magazine, newspaper direct response marketing

Personal Selling

1. Interaksi secara personal antara penyedia jasa dan customer sangat penting.
2. Jasa tersebut disediakan oleh orang bukan oleh mesin.
3. Orang merupakan bagian dari produk jasa.

Hubungan Antara Berbagai Metode Kompensasi



TEHNIK PEMASARAN LANGSUNG (Terpadu)



Terima Kasih