

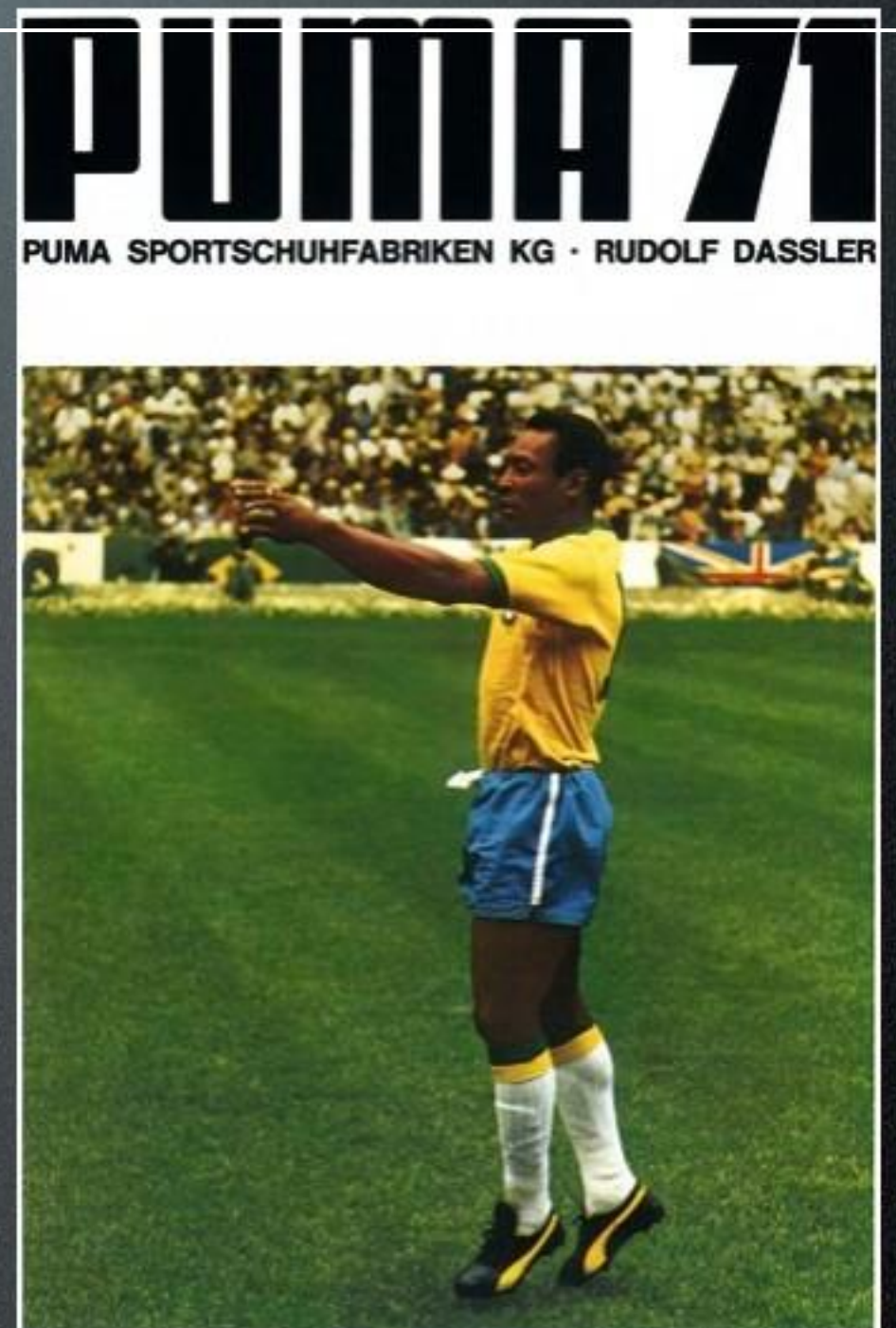
Advertising in Marketing

#Second Meeting

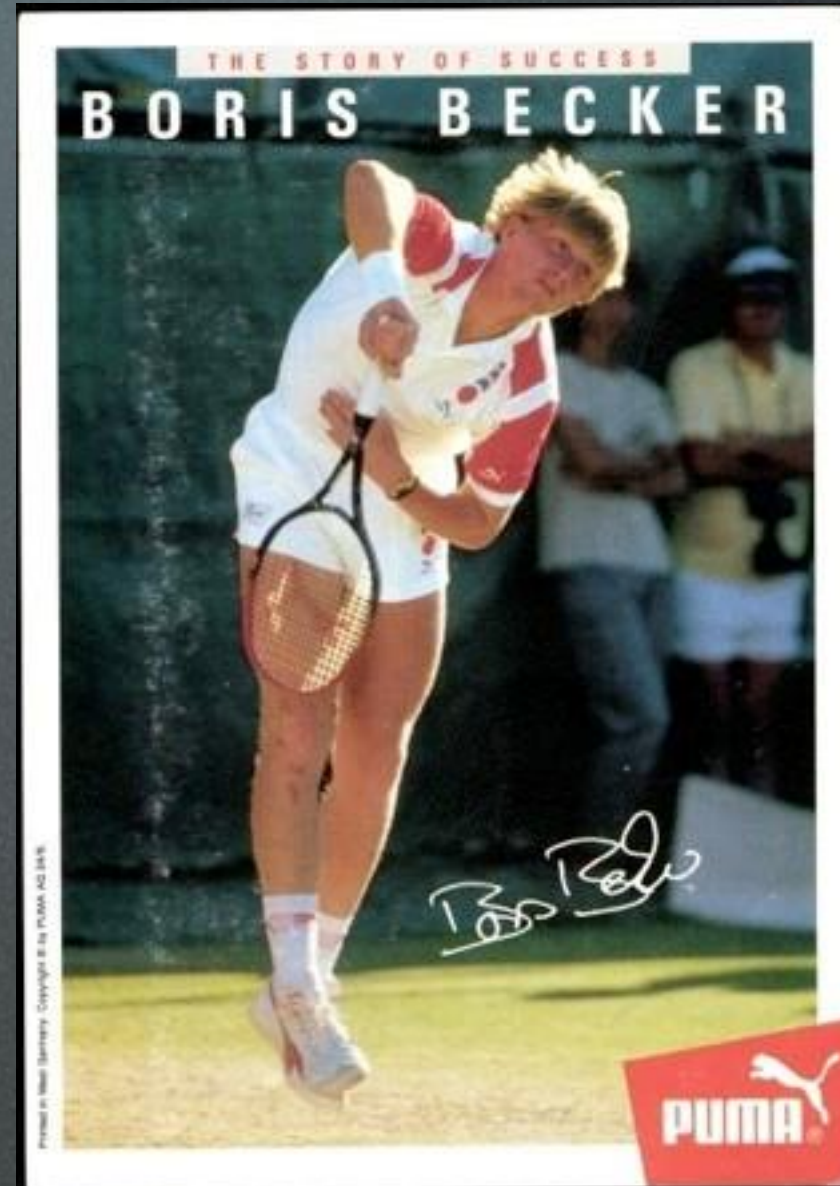


Sports Athletes





Brand Builder



Success Key

- Germany, 1948
- Innovative Shoes Athletes
- Sports and Fashion
- 80 Countries
- Mission : the best sport shoes

Brand

- 4 ide utama : Sport, Inovasi Teknologi dan Desain
- Tampilan yang Global ; Sport, Lifestyle, and Fashion
- Puma Fussion = SPORTLIFESTYLE

Puma Adv

- Ludacris - Puma Suede
- Michelle Yeoh - Holiday Heroes

Marketing

- Mendesain Produk
- Mengujinya
- Membuatnya
- Memberi Brand
- Packaging
- Pricing
- Promotion

Marketing Main Philosophy

- Product Oriented : pemasaran
mengembangkan suatu produk dan kemudian
mencari pasar (era revolusi industri)
- Customer Oriented : mengetahui dan
memenuhi kebutuhan konsumen baik
barang dan jasa bisa secara personal maupun
komunitas (era modern)

Marketing Concept

- Exchange (pertukaran)
- Differentiation (keunggulan kompetitif)
- Product Values (nilai tambah)
- Brand Image (makna produk)
- Market (tipe pasar)

Marketing

- Pasar Konsumen, membeli produk dan jasa untuk keperluan pribadi atau rumah tangga
- Pasar Industri (B2B), perusahaan membeli produk atau jasa untuk bisnis mereka
- Pasar Institusional, pasar ini mencakup instansi (pemerintah, RS, dsb)
- Pasar Kanal, distribusi dan reseller

6 Steps Marketing Process

1. Marketing Research, riset pasar konsumen dan kompetitif serta mengembangkan SWOT analysts
2. Goals, menentukan tujuan pemasaran
3. Customer Needs, menilai kebutuhan dan keinginan konsumen. Membidik pasar spesifik
4. Differentiation and Positioning, perbedaan dan posisi produk di tengah persaingan
5. Marketing Mix Development, desain produk, kriteria kinerja, harga, distribusi dan marcomm
6. Evaluation

3 keys advertising plan

- Goals (Ananda tentukan tujuan lebih dahulu)
- Segmentation and Targeting (Ananda tentukan kemana akan share nanti)
- Differentiation and Positioning (Ananda prediksi apakah akan viral atau tidak)

Marketing Mix

- Product, obyek advertising dan alasan kenapa ada upaya pemasaran
- Distribusi, mekanisme yang baik untuk menyampaikan produk ke konsumen (hal pembayaran dan penjualan)
- Pricing, harga produk atau jasa dan level profitabilitas
- Marketing Communication

Marketing Mix

- Products; Design and Development, Branding, Packaging, Maintenance
- Distribution; Channel, Cakupan, Penyimpanan, komunitas.
- Price; Price Copy, Harga Psikologis, Penyelarasan harga, penentuan nilai
- Communication; personal selling, advertising, sales promotion, direct marketing, PR, Point of Sale

New Marketing Strategy

- Relationship Marketing
- Permission Marketing
- Experience Marketing
- Guerilla Marketing
- Digital Marketing
- Viral Marketing
- Mobile Marketing
- Social Network Marketing

Review Question

- Apa definisi pemasaran dan dimana posisi advertising dalam definisi itu?
- Jelaskan hubungan advertising dg 5 konsep utama definisi marketing
- Jelaskan langkah-langkah utama dalam proses marketing plan

Progress Discussion

Part 1