

MANAJEMEN PEMASARAN

**KULIAH KE 4
TPL 413 PEMBIAYAAN REAL ESTATE**

MANAJEMEN PEMASARAN

- ▶ **Upaya untuk membangun produk / jasa agar dapat didengar, dikenal, dikonsumsi secara terus menerus oleh pelanggannya.**

MANAJEMEN PENJUALAN

- ▶ **Upaya untuk membangun citra produk / jasa agar pelanggan bersedia mengkonsumsi secara terus menerus**

FAKTOR KUNCI SUKSES

- ▶ **Faktor - faktor pokok yang harus dimiliki produk / jasa dan unggul untuk memenangkan persaingan**

STRATEGIC MARKETING

Segment Market

- ▶ Adalah celah pasar yang harus dituju oleh suatu produk / jasa untuk dapat dimenangkan oleh produsen

Target Market

- ▶ Adalah sasaran yang terukur yang terdapat didalam segment pasar yang harus bisa dicapai oleh produsen

STRATEGIC MARKETING

Positioning

- ▶ **Merupakan usaha untuk menyampaikan suatu image tentang barang / jasa dibenak konsumen**

Marketing Mix 4 V's

4 V's

- ▶ **Variety**
- ▶ **Value**
- ▶ **Venues**
- ▶ **Voice**

Marketing Mix 4 P's

4 P's

- ▶ **Product**
- ▶ **Price**
- ▶ **Place**
- ▶ **Promotion**

Marketing Mix 4 B's

4 B's

- ▶ **Best**
- ▶ **Bargaining**
- ▶ **Buffer Stock**
- ▶ **Bombarding**

Marketing Mix 4 A's

4 A's

- ▶ **Assortment**
- ▶ **Affordable**
- ▶ **Available**
- ▶ **Announcement**

Marketing Mix 4 C's

4 C's

- ▶ **Customer Solutions**
- ▶ **Cost**
- ▶ **Convenience**
- ▶ **Communications**

Marketing Mix 2 P's

The 2 P's

- ▶ **Power**
- ▶ **Public Relations**

Marketing Mix

The New Marketing Mix

- ▶ **People**
- ▶ **Proccess**
- ▶ **Physical Evidence**
- ▶ **Data Gathering**
- ▶ **Feed Back**

KASUS STUDI

“ SAMSUNG ”

“ TOYOTA “

“ J.Co”

“INDOMIE”

“ I- Phone”

“ Honda Motor”

SAMSUNG (Cell Phone)

- ▶ **Segment**

Pendapatan Menengah- Atas

- ▶ **Target**

Memiliki HP SAMSUNG antara 2-3 tahun kemudian berganti model

- ▶ **Positioning**

Alat Komunikasi sederhana dan lengkap

SAMSUNG (Cell Phone)

▶ Variety

Berbagai macam model dengan harga Rp 3.5 JUTA- Rp 9 JUTA

▶ Values

Mudah dioperasikan mempunyai & fitur lengkap

▶ Venues

Dari SHOPPING CENTRE hingga MALL kelas Atas

▶ Voice

Dimanapun ada logo dengjan nama SAMSUNG

TOYOTA (AUTO MOBILE)

▶ Produk

Mobil dengan berbagai macam model dan fitur yang lengkap

▶ Price

Harga dari Rp 250 juta – Rp 1.5 milyar-

▶ Place

Dari Auto Dealer hingga Car Specialty Stores

▶ Promotion

Dimanapun ada logo dengan nama TOYOTA

J. Co (Doughnuts)

▶ **Best**

Donat dengan berbagai macam rasa dan kemasan bungkus byang lengkap

▶ **Bargaining**

Semakin banyak semakin murah

▶ **Buffer Stock**

Selalu tersedia dalam jumlah dan tempat yang amat banyak dan ada mesin produksi tiap gerai

▶ **Bombardment**

Setiap bulan muncul promosi dan berbagai produk ikutan di tiap gerai

Pizza Hut (Gerai Pizza)

▶ Assortment

Pizza dengan berbagai macam model dan topping yang lengkap.

▶ Affordable

Boleh tukar tambah topping

▶ Available

Selalu tersedia dalam jumlah dan gerai yang amat tersebar bahkan pelayanan antar kirim

▶ Announcement

Setiap bulan hampir selalu muncul model dan penawaran serta tambahan discount

INDOMIE (Bakmie Kemasan)

▶ Customer Solution

Mie dengan berbagai macam model dan rasa yang lengkap untuk kebutuhan pelanggan.

▶ Cost

Harga berkisar dari Rp 3.000,- – Rp 8.000,-

▶ Convenience

Selalu tersedia dalam jumlah dan tempat yang amat tersebar dan mudah digunakan

▶ Communication

Setiap saat selalu muncul rasa baru

I - PHONE (Cell Phone)

▶ Power

Cell Phone I Phone digunakan oleh Pejabat Tinggi Negara..

▶ Public Relation

Pejabat Tinggi, Artis, Public Figure, menggunakan I Phone di depan umum, media elektronik, media massa lainnya

Honda (Motor)

▶ People

Honda menggunakan gerai khusus dengan orang terlatih di setiap 'gerai' dan 'pusat perbaikan'

▶ Process

Penggunaan , Pembelian, Perbaikan selalu di demonstrasikan di tiap gerai.

▶ Physical Evidence

Selalu tersedia dimanapun dan tersedia 'MOCK UP' di setiap gerai Honda Motor

Honda (Motor)

▶ **Feed Back**

Selalu ditanya oleh tenaga penjual setiap kali pembeli memilih Honda Motor dan juga untuk tukar tambah.

▶ **Data Gathering**

Setiap pembeli selalu di catat di setiap 'gerai' dan 'pusat perbaikan' Honda'

Kesimpulan

- ▶ Penetapan **Key Success Factor** memerlukan penelitian yang jeli
- ▶ Penguasaan **teori** dan **alat-alat analisis** menjadi hal yang sangat penting untuk bagi seorang perencana dan eksekutif perusahaan.



Terima Kasih