

Rencana program pemasaran terpadu "Anahata Villas & Spa Resort, Ubud Bali" = Integrated marketing communication plan "Anahata Villas & Spa Resort, Ubud Bali"

Rakhmah Sarinovita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20314130&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada perencanaan ?Anahata Villas & Spa Resort, Ubud Bali? ini terdapat beberapa masalah dalam mencapai rencana pemasaran, diantaranya kurangnya awareness yang dimiliki oleh Anahata Villas & Spa Resort, dan minimnya pengetahuan/informasi yang diketahui oleh pasar sasaran tentang resort ini.

Untuk mengatasi permasalahan ini, penulis menggunakan sebuah program yakni strategi Integrated Marketing Communication (IMC) dengan memadukan beberapa elemen promosi seperti: Periklanan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung, Penjualan Personal, dan Pemasaran Interaktif. Adapun media yang digunakan dalam rencana ini antara lain: Media Massa, Media Interpersonal dan Media Interaktif. Rencana program ini mulai berjalan dari April hingga Juli 2012, dengan biaya anggaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.833.520.000,-.

<hr>

In Planning of ?Anahata Villas & Spa Resort, Ubud Bali? there are several problems to achieve the marketing plan, such as lack of awareness of Anahata Villas & Spa Resort, and limited knowledge about this resort known by the target market.

To solve this problems, the writer uses Integrated Marketing Communication program by combining several element of promotion, there are; Advertising, Public Relation, Direct Marketing, Personal Selling and Interactive Marketing. The Media used in this communication plan are: Mass Media, Interpersonal and Interactive Media. This program will be started on April to July 2012, and the budget cost is Rp 1.833.520.000,-.